ENTREVISTA Dyogo Oliveira, da CNSeg: “O seguro se tornou item essencial de consumo no País”

PARCERIAS AÉREAS Companhias rivais se associam para reduzir custos e voltar a lucrar

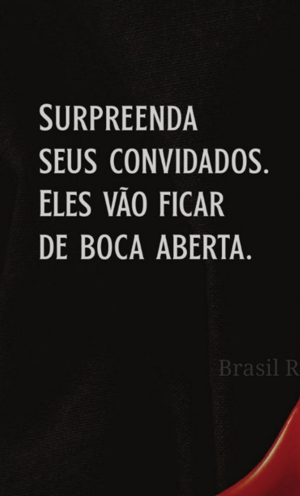
FUNDOS EM ALERTA Entenda por que os resgates já somam R$ 25,7 bilhões no ano

ISTOÉ Dinheiro

TRÊS

A ESCOLHA DO EX-PREFEITO DE SÃO PAULO **FERNANDO HADDAD** PARA A PASTA MAIS IMPORTANTE DO GOVERNO LULA TEM UM TRIPLO PROPÓSITO: BUSCAR A **ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO**, EVITAR A REPETIÇÃO DE ERROS DO PT E CRIAR UMA **NOVA LIDERANÇA NACIONAL** NO PARTIDO. O MERCADO ASSIMILOU

O NOVO HOMEM DA ECONOMIA


SURPREENDA
SEUS CONVIDADOS.
ELES VÃO FICAR
DE BOCA ABERTA.


ACERTE NA
ESCOLHA


Marfrig
Bassi
BIFE ANCHO



O FATOR HADDAD

A economia tem afinal o seu titular e mesmo com a desconfiança do mercado ele tenta demarcar posições dentro do escopo almejado das mudanças estruturais necessárias. Promete o novo arcabouço fiscal já para o início do próximo ano — tipo prioridade um. Na montagem da equipe busca atenuar as críticas quanto a falta de quadros técnicos. Atende às demandas nesse sentido. Alguns analistas já concedem ao escolhido a crença de que ele realmente terá mais responsabilidade orçamentária do que se imagina. Haddad, de sua parte, garante que vai encontrar o equilíbrio entre gastos e arrecadação. No desmembramento do Ministério, que terá players diretamente voltados para o planejamento e para indústria e comércio, Haddad não perde poder. Ao contrário, amplia. Lula o quer diretamente responsável pelos resultados nos três campos. Tanto que ele está tendo a palavra final até sobre os indicados. A depender de sua habilidade e sucesso, o czar que substituiu Paulo Guedes pode se credenciar como maior alternativa à sucessão de Lula. Já foi dito a ele que tal possibilidade está posta à mesa. Seus bons resultados em campanhas anteriores o colocam na dianteira da preferência não apenas do Partido. Mas, por enquanto, o foco de sua atenção será na superação do desemprego, da inflação e do desarranjo nas contas públicas. Para afinar ponteiros, Haddad passou a conversar com o presidente do Banco Central, Roberto Campos, que tem mandato fixo por mais dois anos. Teme que o colega radicalize muito na política monetária e torne a vida na pasta da Fazenda mais difícil. Os dois, Campos e Haddad, estão tendo conversas "institucionais" e "republicanas". Por enquanto. Há quem aposte que o humor pode azedar no meio de campo. O presidente do BC não é dado a jogar parado. Haddad, por sua vez, procura fazer alguns gols logo na estreia e a principal fórmula que enxerga — por óbvia que é — passa pela redução de danos na economia. O rombo, estimado em mais de R$ 400 bilhões, precisa ser superado. Há uma desorganização de pagamentos, na distribuição de verbas, na composição dos repasses ministeriais e tudo junto colabora para envenenar a máquina. Ele terá de correr atrás do prejuízo. A aprovação do pacote da PEC Transitória, na casa dos R$ 145 bilhões, não é garantia de que o script correrá conforme escrito. Haddad quer amenizar conflitos com o Congresso. Enxerga naquela Casa a porta da esperança de realização de suas demandas. Como político que é, está familiarizado com as nuances das negociações. Também por isso vingou como o escolhido de Lula. O demiurgo de Garanhuns o admira há muito tempo. O considera um dos mais fiéis correligionários. Haddad ainda precisa lustrar a reputação com algum pendor liberal. Seguem a assustar a banca suas posições a respeito de algumas reformas, das privatizações e o viés ideológico que adota em cada decisão ou projeto. Ventilada com antecedência e aos poucos, a escolha de Haddad acabou por não surpreender os empresários. Estava precificada. Porém a acomodação não significa um aval direto ao personagem. Haddad no comando da economia perdura, por enquanto, como fator de insegurança, criando ainda instabilidade. Os donos do capital não escondem estar desconfiados. Esperam os movimentos. Haddad pode ser uma grande encrenca para Lula ou a maior de suas tacadas nesta terceira edição de governo.

Carlos José Marques
Diretor editorial

 FOTOS: PEDRO DIAS/AG. ISTOE | PEDRO LADEIRA/FOLHAPRESS | LUCIANA WHITAKER | MARCO ANKOSQUI | MARCO ANKOSQUI

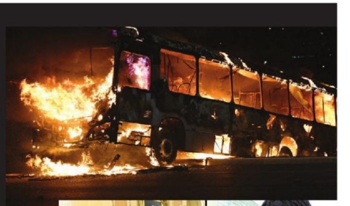
Índice







CAPA Foto: Bruno Santos/Folhapress





À ESQUERDA Selvagem americano zoando a democracia (jan2021)
À DIREITA Selvagem brasileiro zoando a democracia (dez2022)

TERRA EM TRANSE

BANDO DE BOLSONARISTAS VANDALIZA EM BRASÍLIA

Se havia alguma dúvida de que eleger um imbecil (Michaelis: "aquele que revela ou se comporta com pouca inteligência") para a cadeira mais alta do País levaria legiões de outros imbecis a sair do curral, a noite de segunda-feira (12) em Brasília a enterrou definitivamente. Algumas dezenas de vândalos iniciaram seus crimes em frente à sede da Polícia Federal, por volta de 19h30, após a prisão do até então desconhecido José Acácio Serere Xavante, um indígena bolsonarista (sic). A detenção foi determinada pelo STF a partir de pedido da Procuradoria-Geral da República (PGR), órgão comandado por Augusto Aras, que é bem próximo do presidente. Serere é acusado de participar de atos antidemocráticos e reunir pessoas para cometer crimes. Depois de sua prisão começaram as depredações. O grupo bolsonarista queimou cinco ônibus e três automóveis e espalhou botijões de gás por ruas da cidade. A Polícia Militar reagiu com bombas de gás e balas de borracha. Autoridades brasilienses e federais foram letárgicas na reação. O novo ministro da Justiça, Flávio Dino, que assumirá no mandato Lula III, afirmou que o governo federal está sendo omisso. Ninguém foi detido até a quarta-feira (14)

MUNDO

China: o dragão acorda antes?

Para o Morgan Stanley, a economia chinesa crescerá um pouco acima do previsto e antes do esperado em 2023. A previsão para o PIB foi de 5% para 5,4%, de acordo com relatório liderado pelo economista-chefe da empresa para a Ásia, Chetan Ahya. "Esperávamos que uma recuperação na atividade se materializasse a partir do final do segundo trimestre de 2023. Agora estamos projetando que a mobilidade melhore a partir do início de março", disse. A atualização da perspectiva ocorre depois que o Morgan Stanley elevou a classificação de recomendação para ações de companhias chinesas. "Do nosso ponto de vista, os formuladores de políticas estão adotando ações conjuntas para impulsionar o crescimento em todas as frentes." Separadamente, a agência Reuters afirmou que o país trabalha um pacote de estímulo de pelo menos US$ 143 bilhões para apoiar sua indústria de semicondutores, o que seria um dos maiores pacotes de incentivos fiscais de Pequim em todos os tempos.





"CERRE OS DENTES E SORRIA. DIANTE DA ADVERSIDADE, VÁ. ELES NÃO TE MERECEM"

CHRISTINE LAGARDE
FRANCESA, PRESIDENTE DO BC EUROPEU

PARCERIA

Microsoft vira sócia da bolsa de Londres

Na segunda-feira (12), a Microsoft comprou uma participação de 4% na London Stock Exchange Group, a bolsa londrina. O acordo determina que a bolsa adquira pelo menos US$ 2,8 bilhões em dez anos de serviços em nuvem da Microsoft. As duas corporações esperam que o

FOTOS: MATEUS BONOMI/ANADOLU AGENCY VIA AFP) | MANUEL BALCE CENETA/AP | STRINGER/IMAGINECHINA VIA AFP | DANIEL ROLAND/AFP | ANDRESSA ANHOLETE/GETTY IMAGES



CRIPTOCRASH

A fraude de US$ 1,8 bilhão

Não haveria nome melhor para Sam Bankman-Fried – o criptobanqueiro está frito. Ele foi detido segunda-feira (12) nas Bahamas e responderá a oito crimes, a maioria financeiro, nos Estados Unidos, para onde deve ser extraditado. O empresário de 30 anos estilo cabelão-bermuda-camiseta é cofundador e ex-CEO da FTX, uma das maiores exchanges de cripto do planeta e que quebrou em novembro, derrubando cotações de moedas virtuais e lançando imensas nuvens sobre o sistema. Ele é acusado de fraudar seus clientes em US$ 1,8 bilhão, fazendo operações casadas e ilegais entre a FTX e outra empresa sua, a Alameda Research. Bankman-Fried pode pegar mais de um século de pena caso seja condenado no teto de todas as acusações. Ele nega ter cometido as fraudes, e disse em entrevista à BBC que apenas "não era tão competente quanto pensava". Seu patrimônio pessoal chegou a US$ 15 bilhões, em outubro.





PARA OS CIDADÃOS DE PAÍSES EUROPEUS QUE FAZEM PARTE DA OCDE, SEIS EM CADA DEZ CRIANÇAS QUE NASCERAM POBRES SERÃO ADULTOS POBRES. E 65% DOS PESQUISADOS EM IDADE PRODUTIVA TEMEM QUE NÃO TERÃO A MESMA SEGURANÇA FINANCEIRA DE SEUS PAIS

ECONOMIA

Privatização? Para Lula, jamais

Luiz Inácio Lula da Silva (PT) mostrou seu lado eu-odeio-o-mercado na terça-feira (13) ao afirmar que as privatizações vão acabar no Brasil durante seu governo. Não que elas tenham existido no governo Bolsonaro-Guedes, mas pelo menos eles diziam que haveria. O novo presidente afirmou que estrangeiros são bem-vindos, mas não para comprar as estatais brasileiras. "Vai acabar", afirmou Lula. "Vamos provar que algumas empresas públicas vão poder mostrar a sua rentabilidade." As declarações foram feitas durante evento de encerramento dos trabalhos realizados pelos integrantes dos grupos técnicos da transição, em Brasília.





RECADO PARA LULA

Novo governo não muda estratégias do Banco Central

Se é verdade que Lula não curte **Roberto Campos Neto**, parece ser igualmente verdade que Roberto Campos Neto não liga para Lula. O presidente do BC disse na terça-feira (13) que a mudança de governo não alterará o trabalho da autoridade monetária em relação à agenda tecnológica. Os projetos em andamento, afirmou, não são de um ou outro presidente e lembrou que o Banco Central tem autonomia. Campos Neto ficará no cargo por mais dois anos, graças à autonomia conquistada pela instituição no governo Bolsonaro. Ele ainda afirmou que o BC trabalha para que o cliente bancário possa monetizar os próprios dados financeiros. A possibilidade faz parte da agenda de tecnologia do BC e o passo decisivo será a criação da Carteira Digital do Cidadão, ferramenta que deverá estar disponível no primeiro semestre de 2024.

arranjo incremente fortemente o refinamento de dados e análises aprimoradas aos clientes. "A parceria cria oportunidades atraentes de crescimento de receitas de ambas as empresas", afirmou o CEO da bolsa, David Schwimmer. A plataforma de dados da bolsa e outras infraestruturas de tecnologia migrarão para o ambiente de nuvem Azure da Microsoft. As empresas planejam ainda desenvolver novos produtos e serviços para dados e análises. No começo do ano passado, a London Stock Exchange Group já havia concluído a compra da Refinitiv, por US$ 27 bilhões, tornando-se a segunda maior empresa de dados financeiros depois da Bloomberg.



ES VIA AFP | MATEUS BONOMI AGIF VIA AFP | LEON NEAL/AFP | DIVULGAÇÃO

BRASILPREV ENSINA A NÃO DEPENDER DO INSS

Dona de mais de R$ 345 bilhões sob gestão e 2,6 milhões de clientes, a Brasilprev — maior companhia de seguros e previdência privada do País — quer ensinar o povo a guardar dinheiro para a posteridade. Sob comando da presidente Angela Assis, escolhida há dois anos para ser a primeira executiva mulher a pilotar uma empresa do setor, a Brasilprev vai acelerar duas de suas mais importantes iniciativas de expansão: o *Projeto Vida na Ponta do Lápis* e o *Foca nos Sonhos*. A primeira leva para as escolas públicas conceitos básicos de planejamento financeiro. Neste ano, em parceria com a Trevisan Escola de Negócios, mais de 150 mil estudantes receberam orientações sobre investimentos de longo prazo, com foco em previdência. Para 2023, a meta é superar 200 mil alunos. "Muita gente ainda leva em conta o INSS para planejar o futuro, mas quase ninguém sabe quanto vai receber lá na frente. Planejar a aposentadoria é muito mais do que ter uma aposentadoria para sobreviver na terceira idade", afirmou Ângela. Faz todo o sentido. Um levantamento da Brasilprev mostrou que a maioria não quer só comida, mas quer também estabilidade financeira, aquisição de um imóvel, viagem para o exterior e a abertura de um negócio. Por isso, a segunda inciativa, *Foca no Sonhos*, recrutou oito influencers para uma série de videocasts com conversas sobre temas como empreendedorismo e previdência privada. Para Ângela, educação financeira começa em casa, na escola e nas redes sociais.



EMPRESAS COM FOCO EM **INOVAÇÃO**



O sufoco enfrentado por grande parte do setor empresarial brasileiro tem ajudado a impulsionar os investimentos em tecnologias. Um levantamento da Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (Embrapii), divulgado em primeira mão para a MOEDA FORTE, mostra que houve crescimento de 24% no número de projetos de inovação contratados entre janeiro e novembro deste ano — passou de 1.477, em 2021, para 1.843, em 2022. O mesmo percentual foi contabilizado em relação ao número de empresas apoiadas. Em 2021, eram 1.020. Agora, são 1.265. Em entrevista à coluna, **José Luis Gordon**, presidente da Embrapii, afirmou que os motores do crescimento foram os investimentos em ESG e em transformação digital. "As empresas se deram conta de que não basta reindustrializar, é preciso reinventar a indústria brasileira", disse. Para 2023, segundo ele, as perspectivas são ainda melhores.

MINHA CASA, **MINHA FORTUNA**



Não é de hoje que o mercado imobiliário apresenta resultados surpreendentes, mas há lugares que tem chamado a atenção. As cidades de Vitória (21,8%), Vila Velha (21,3%) e Balneário Camboriú (20,6%) foram as que mais se valorizaram neste ano, segundo o índice FipeZap+. O m² mais caro do País foi o da cidade catarinense, com R$ 11.340. Segundo **Tatiana Cequinel**, CEO da construtora Embraed, de Balneário Camboriú, onde o m² dobrou em dois anos, a procura por imóveis de qualidade tem ajudado os investidores a multiplicar o retorno. "Apesar do cenário desafiador, os clientes buscam qualidade, sem ter no preço o principal fator de decisão de compra."

#PARTIU BA





A GENÉTICA DO **CRESCIMENTO**

O laboratório americano de biotecnologia Alnylam aposta na expansão dos negócios no Brasil para sustentar, ao menos até 2025, o atual ritmo de crescimento de 40%. Com receita projetada em US$ 1,45 bilhão em 2022, a companhia especializada em terapias em RNA de interferência — tecnologia para combate a doenças no DNA do paciente — espera ampliar de quatro para seis, nos próximos dois anos, seus produtos autorizados pela Anvisa e disponíveis para pacientes do SUS.



A VEZ DOS FRETADOS HÍBRIDOS

A retomada parcial da volta aos escritórios está acelerando o mercado de ônibus fretados. Não nos moldes pré-pandemia, mas o fretado híbrido. As empresas mobiGO e Opção Fretamento, ambas do Grupo JCA, triplicaram as viagens no primeiro semestre e atingiram R$ 29 milhões de faturamento. A alta foi puxada tanto pelo fretamento contínuo quanto pelo pay per use (pague por uso), segundo **Fernando Edelson**, diretor da mobiGO. "Agora, nos adequamos à necessidade individual de quem contrata o serviço", afirmou.

É HORA DE FAZER AS MALAS

UM ESTUDO DA FINTECH TRIGG COM 5.079 PESSOAS CONCLUIU QUE A MAIORIA QUER MESMO É VIAJAR

64% PRETENDE VIAJAR ENTRE NATAL E O ANO-NOVO

23% DE AUMENTO EM RELAÇÃO AO MESMO PERÍODO DO ANO PASSADO

IRÃO PARA ONDE?



QUER GASTAR QUANTO?

27% ATÉ R$ 3 MIL
26% R$ 3 MIL A R$ 5 MIL
16% R$ 5 MIL A R$ 10 MIL

MAS... 19%
NÃO PRETENDE VIAJAR

POR QUÊ?

29,9% FALTA DE DINHEIRO
10% TERÃO DE TRABALHAR
5% QUESTÕES PESSOAIS

**Os números não chegam a 100% porque foram desconsideradas as respostas de quem não sabe ou não respondeu*

Fonte: Trigg

...TIU BAHIA (PARA TRABALHAR)

A Bahia não é só lugar de festa, sombra e água fresca. Não para a consultoria paulistana Service IT, companhia de TI e segurança cibernética. Depois de dobrar de tamanho neste ano com sua unidade no Rio de Janeiro e superar R$ 250 milhões em faturamento, a empresa aposta na Bahia para acelerar seus negócios. Para a diretora regional **Laisa Capssa**, os contratos fora de São Paulo já representam 40% das vendas totais, com foco em empresas públicas, de seguros e energia.

ROTA DE FUGA... PARA **EUA** E **PORTUGAL**

A LCR, empresa especializada em assessoria para clientes que buscam residência permanente em países como EUA e Portugal, por meio de investimentos, afirma que puxar o carro para o exterior é um bom negócio — para eles e, principalmente, para a economia local. Neste ano, dos US$ 50 bilhões em investimentos que os americanos receberam de estrangeiros para poder viver no país (visto EB-5), US$ 420 milhões vieram de brasileiros. O investimento mínimo é de US$ 800 mil. Já em Portugal, mais de 1 mil brasileiros já aplicaram para o visto mais de R$ 5,2 bilhões.

"O seguro se tornou um item essencial de consumo no País"



Para o executivo, quanto mais sofisticado for um mercado e quanto mais dinâmicas forem as relações econômicas, mais as pessoas vão precisar de proteção

Angelo VEROTTI

O mercado de seguros no Brasil vive em constante transformação. Produtos tradicionais, como automóveis, saúde, vida e capitalização, já há algum tempo dividem espaço com opções de proteção para pets, celulares e até contra riscos cibernéticos. Ano após ano, o consumidor brasileiro parece dar mais atenção aos perigos envolvidos nas mais diversas atividades e situações, como foi o caso da pandemia, que movimentou R$ 7 bilhões em indenizações. Diante do novo comportamento, a arrecadação do setor – excluindo saúde – cresceu. Chegou a R$ 294,6 bilhões no período entre janeiro e outubro deste ano, 17,9% maior na comparação com o mesmo período de 2021. Ao que tudo indica deverá superar o recorde de R$ 306,4 bilhões faturados no ano passado. Dyogo Oliveira, presidente da Confederação Nacional das Seguradoras (CNSeg), vive a expectativa de expansão do segmento ao mesmo tempo em que cobra melhor comunicação da indústria aos consumidores. "Existem países em que o tamanho do mercado segurador corresponde a 15% do PIB", disse. "No Brasil, deveremos fechar este ano em 6,4%. Há espaço para avançarmos mais."

DINHEIRO – Diante de tantas opções de seguro, como fazer para que a participação do brasileiro aumente?

DYOGO OLIVEIRA – Primeiro, comunicação. Fazer chegar à população a informação, o conhecimento de que existe, de que é acessível. Há uma visão errada de que o seguro é caro no Brasil. Não é. Existem produtos muito baratos, por R$ 5, R$ 10 ao mês. O seguro de uma residência de R$ 1 milhão, por exemplo, sai por R$ 500 por ano. Existem diversos seguros e com preços bem acessíveis à maioria da população.

Como atrair o cliente?

Precisamos mostrar os benefícios dos produtos, que é o segundo ponto, depois da comunicação. Temos trabalhado muito na indústria de seguros como um todo para facilitar a relação entre o cliente e a seguradora, facilitar a contratação digital, facilitar a contratação via parceiros ou via corretores, para dinamizar esse relacionamento. E o terceiro ponto é eficiência. Reduzir custos, além de implantar metodologias de negócio mais eficientes.

De que maneira?

Se a pessoa paga R$ 5 ou R$ 10 por mês por um seguro, e a emissão do boleto custa de R$ 2 ou R$ 4, isso representa de 20% a 80% do valor. Sistemas de cobranças mais baratos vão contribuir para isso. Por fim, é necessária a contínua evolução, desenvolvendo produtos cada vez mais adequados ao dia a dia das pessoas. Hoje, existem alguns que são contratados por hora, por evento.

"A pandemia foi um grande desafio em termos de pagamentos de indenizações. Só em seguro de vida indenizamos 190 mil pessoas em R$ 7 bilhões"



É a customização dos produtos?

O seguro hoje tem algumas tendências muito claras. A primeira é a digitalização em todas as suas partes. Desde a contratação, regulação de pagamentos de indenização, gestão interna das empresas, administração da cadeia de fornecedores, acionamento das assistências, assim como a coleta de informações. Dispositivos que são incluídos nos veículos, nas residências, nas empresas, para coletar informações sobre o segurado de modo a precificar o seguro adequado para cada perfil de risco.

Pelo lado das empresas, perfeito. E pelo lado dos consumidores?

Existe uma diversificação e uma personalização dos produtos. A regulação hoje ainda tem muitas restrições, mas passou por flexibilização nos últimos anos. Então, o cliente pode comprar um seguro de vida e junto vem uma assistência para um animal de estimação. Ou um seguro de veículo que protege também a bicicleta. Agora tudo isso é possível.

Quais as vantagens?

Há produtos em que a pessoa paga apenas quando usa. Com isso, você vai conseguir chegar a um seguro de que o cliente realmente necessita. Um exemplo: a cobertura para furacão é muito comum nos Estados Unidos. No Brasil não é algo que seja válido na maior parte das cidades. Enchente já é mais comum por aqui. Então, sim, é recomendável incluir proteção contra alagamento. Essas coisas devem ser realmente customizadas. Acho que esse é o caminho que a indústria está seguindo.

Qual o diferencial para outros países?

O nível de cobertura da sociedade. Você tem países em que o tamanho do mercado segurador corresponde a 15% do PIB. Este ano, no Brasil, deveremos fechar em 6,4%, que já é algo também muito relevante pelo tamanho do País. Mas comparativamente há ainda uma grande distância. Temos de crescer em termos de

volume, mas não em qualidade de produtos, nem em tecnologia nem em gestão das empresas. O sistema de seguro brasileiro é muito bem capitalizado, com companhias muito fortes, grande parte delas internacionalizadas, apesar de as nacionais também serem empresas extremamente desenvolvidas.

O Brasil precisa avançar em quê?

No geral, acho que a nossa grande dificuldade é fazer chegar ao consumidor a importância de ele possuir um seguro. Mostrar o quanto o crescimento da indústria é importante para o desenvolvimento do País. O seguro faz parte hoje da sofisticação das atividades econômicas de um país. Quanto mais sofisticado ele for, quanto mais dinâmicas forem as relações econômicas, mais elas vão precisar de elementos de seguro no processo de desenvolvimento.

E como estão os números de cada ramo?

Vários setores da indústria ainda têm cobertura bastante baixa, como o seguro residencial, hoje presente em pouco mais de 11% das casas. Mesmo em veículos, que é um produto mais desenvolvido, a cobertura não passa de 30% da frota.

De que maneira a pandemia afetou o segmento?

Houve um crescimento da percepção de risco na sociedade. As pessoas se viram suscetíveis a ocorrência de fatores completamente imprevistos. A Covid gerou uma reação positiva em alguns ramos, principalmente no seguro de vida, que tem crescido em torno de 16% este ano. Na saúde também houve incremento da demanda. Recuperamos cerca de 3 milhões de beneficiários que, até antes da pandemia, tinham saído dos planos de saúde em virtude da crise econômica.

E o lado ruim?

A pandemia foi um grande desafio para o setor em termos de pagamentos de indenizações. Apenas em seguro de vida indenizamos 190 mil pessoas em um total de R$ 7 bilhões. Mas como tudo tem um lado positivo, a pandemia aumentou a percepção das pessoas de que precisam estar protegidas por um seguro.

“Muitas famílias, praticamente a maioria, têm animais de estimação, e hoje existe um cuidado maior com eles. As pessoas têm acesso a isso via seguradora”



Existe uma mudança de comportamento do consumidor em relação a automóveis. Muitos jovens já não fazem questão de ter o bem. Qual o reflexo no mercado?

O setor está se adaptando a essa nova sociedade. Não compartilho a tese de que as pessoas não vão ter um automóvel. Elas vão ter carro, querem ter carro e gostam de carro. A indústria automotiva vai mudar, os veículos serão diferentes. Temos automóveis eletrificados, provavelmente teremos semiautônomos e autônomos, o que também se mostra um desafio para a indústria de seguro. Como é que se faz o seguro de um veículo autônomo? São desafios que estamos nos preparando para lidar. Basta observar que um dos ramos que mais têm crescido é o cibernético, que não era realidade cinco anos atrás.

Assim como o de pet...

Muitas famílias, praticamente a maioria, têm animais de estimação, e hoje existe um cuidado muito maior com eles. As pessoas têm acesso a isso via seguradora. Uma demonstração de que a indústria se desenvolve e rapidamente se adapta às necessidades.

O que o segmento espera do novo governo federal?

A CNSeg está bastante otimista com as perspectivas da economia brasileira para 2023. Estão prevendo um crescimento de 2,2% do PIB [*o Relatório Focus, do Banco Central, prevê elevação bem menor: 0,75%*]. E dentro desse cenário estamos acreditando num processo de estabilização política do País, um processo de formação de um novo governo, com uma capacidade de governabilidade suficiente pra conduzir as suas pautas. Também estamos considerando a continuidade do conjunto básico das políticas econômicas do País que deram certo nesses últimos anos, que são basicamente uma política monetária autônoma, focada no respeito às metas de inflação [*o IPCA ficou acima da meta em 2019 e 2020 e o teto da meta foi estourado em 2021 e irá estourar em 2022*].

E do lado fiscal?

Uma política fiscal buscando equilíbrio das contas públicas, considerando as necessidades do País em relação a essa crise social que estamos vivendo.



FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY (1932 - 2017)

EDITORA
CATIA ALZUGARAY

PRESIDENTE-EXECUTIVO
CACO ALZUGARAY

ISTOÉ Dinheiro

DIRETOR EDITORIAL
CARLOS JOSÉ MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO
CELSO MASSON

TEXTO
REDATOR-CHEFE: Edson Rossi
EDITORES: Ernani Fagundes, Hugo Cilo, Lana Pinheiro e Paula Cristina
EDITOR-ASSISTENTE: Beto Silva
REPORTAGEM: Anna França, Angelo Verotti, Jaqueline Mendes, Lara Sant'Anna e Victor Marques

ARTE
DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Oliver Quinto
ILUSTRAÇÃO: Evandro Rodrigues (chefe) e Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE
EDITOR EXECUTIVO: Airton Seligman
EDITORA: Ludmila Pizarro
REDATORES: Aryel Fernandes, Diego Felix, Diego Ferron, Filipe Prado e Gilmara Santos
WEB DESIGNER: Alinne Souza e Thais Rodrigues

FOTOGRAFIA
Pesquisa: Sidinei Lopes **Arquivo:** Eduardo A. Conceição Cruz

CTI: Silvio Paulino e Wesley Rocha

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amélia Scarcello **Secretária:** Terezinha Scarparo
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LEITOR E LOGÍSTICA
Diretor: Edgardo A. Zabala
Gerente Geral de Venda Avulsa e Logística: Yuko Lenie Tahan

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª feira 10h às 16h20, sábado 9h às 15h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assine: www.assine3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE
Diretor nacional: Maurício Arbex
Secretária da diretoria de publicidade: Regina Oliveira
Diretora de marketing e projetos: Isabel Povineli
Assistente: Valéria Esbano - **Gerente Executiva:** Andréa Pezzuto - **Diretor de Arte:** Pedro Roberto de Oliveira -
Coordenadora: Rose Dias **Contato:** publicidade@editora3.com.br
ARACAJU – SE: Pedro Amarante • Gabinete de Mídia • Tel.: (79) 3246-4139 / 99978-8962 – **BELÉM – PA:** Glícia Diocesano • Dandara Representações • Tel.: (91) 3242-3367 / 98125-2751 – **BELO HORIZONTE – MG:** Célia Maria de Oliveira • 1a Página Publicidade Ltda. • Tel./fax: (31) 3291-6751 / 99983-1783 –**FORTALEZA – CE:** Leonardo Holanda – Nordeste MKT Empresarial – Tel.: (85) 98832-2367 / 3038-2038 – **GOIÂNIA –GO:** Paula Centini de Faria – Centini Comunicação – Tel. (62) 3624-5570/ (62) 99221-5575 –
PORTO ALEGRE – RS: Roberto Gianoni, Lucas Pontes • RR Gianoni Comércio & Representações Ltda • Tel./fax: (51) 3388-7712/ 99309-1626 –

Dinheiro (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo-SP, CEP: 05067-900. Tel.: 11 3618 4200 • Fax da redação: 11 3618 4109.
Dinheiro não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados.
Comercialização e Distribuição: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, 1212 – São Paulo-SP.
Impressão: OCEANO INDÚSTRIA GRÁFICA LTDA. Rodovia Anhanguera, Km 33, Rua Osasco, nº 644 – Parque Empresarial – CEP 07750-000 – Cajamar – SP.



CARTAS, E-MAILS E REDES SOCIAIS



REPORTAGEM DE CAPA

As campeãs do Natal

As campeãs de quem é rico, né?

Sueli Nunes

Hering é a única acessível dessas aí.

Marco Antonio Britto

O Pix aliado do mercado de cartões de crédito

Essa aí entra na conta do Bolsonaro.

Iadi Saldanha

Parabéns, ex-presidente Michel Temer.

Leandro Ramos e Silva

O apagão de Bolsonaro

Desculpa para furar o teto de gastos.

Samuel Pinheiro Costa

Como alguém ainda defende este homem?

Emerson Corretor

Mas para tentar a reeleição não faltou dinheiro, né?

Anahy Vitória

Sorte do PT, né?

Wilton Zaroff

O caminho do investimento

Será que esse caminho seguirá promissor?

Reinaldo Spindola

Um país na extrema pobreza

E a Câmara sentando no texto da PEC que libera dinheiro para as pessoas comerem.

Thê Gonzales

IPOs em branco, renda fixa em alta

Isso significa que em 2023 muito capital vai ser aberto.

Julio Nahin

Vai do milho às batatas

Ah, então tá explicada a mudança total de sabor.

Carlos Henriques Júnior

A batata que não é batata.

Olavo Jr.

Direitos humanos, o novo foco do ESG

Ótimo, e depois queimam carvão para se aquecer no inverno, pois ficaram na mão do Putin. Vai ver como esse carvão é produzido.

Horacio Silva

Muito bom, mas quem usa de trabalho forçado, escravo e análogo irá achar novos mercados porque o preço do produto é o que determina sua viabilidade, não? Olha a mão do mercado.

Carla Monique

Muita teoria, mas estão todos esses velhos países europeus virando o rosto para não ver a pobreza que cresce no mundo e vai bater à porta deles em breve.

Cacá Borges

Lula, tem recado de Shakespeare para seu governo

A vida imita a arte.

Sonia Maria

O Brasil tem predisposição à tragédia.

Vinícius Lemos

Fale conosco

Cartas para esta seção, com endereço, RG e telefone, devem ser remetidas para: Diretor de Redação, ISTOÉ DINHEIRO, R. William Speers, 1.088, Lapa, São Paulo - SP, CEP 05065-011. Acesse o portal **istoedinheiro.com.br** e comente os conteúdos nas páginas da ISTOÉ DINHEIRO nas redes sociais. **Facebook: @istoedinheiro; Instagram: @istoe_dinheiro, Twitter: @istoe_dinheiro; LinkedIn: IstoÉ Dinheiro.** Mensagens poderão ser editadas em razão de seu tamanho ou clareza.

 POR LANA PINHEIRO

LIXO DE PLÁSTICO

Necessário, útil, porém, um problema ambiental a ser resolvido. Na categoria dos materiais que se enquadram nesse grupo, o plástico ganha destaque com a geração de mais de 350 milhões de toneladas de resíduos por ano. De acordo com estudo publicado na revista Science Advances por Lourens Meijer e um grupo de cientistas, estima-se que 60% do volume total produzido tenha sido descartado em aterros sanitários ou no ambiente natural. No ranking dos piores poluidores, a Ásia assume a liderança com Índia, China e Filipinas no topo da tabela dos países com maior percentual de plástico mal administrado, uma parte do residual. Juntos, o trio responde por 48% do total mapeado de 61,8 milhões de toneladas. O Brasil, ainda que com um percentual muito menor, estimado em 7%, está em quarto colocado. Segundo os autores, além do impacto negativo incalculável para a vida terrestre e marinha, o lixo também causa graves perdas econômicas. Danos a embarcações e equipamentos de pesca, efeitos negativos na indústria do turismo e aumento dos esforços de limpeza da costa chegam a somar US$ 1,26 bilhão em prejuízo por ano apenas na orla Ásia-Pacífico. E se nada for feito, projeta-se que mais de 12 bilhões de toneladas de resíduos plásticos acabem em aterros sanitários até 2050.



 | INFOGRÁFICO: FABIO X | FOTOS: DOUGLAS MAGNO / AFP | DIVULGAÇÃO



CONSUMO

O LADO ESG DE SERGIO MARONE

Consagrado por suas atuações em novelas, o ator **Sergio Marone** adiciona outro capítulo a sua história de defensor do meio ambiente e do modelo de consumo responsável. Fundador do e-commerce social Tukano, Marone afirmou que a marca é um reflexo do seu compromisso "de reduzir a produção de lixo e incentivar alternativas de reaproveitamento, reciclagem ou ressignificação". No portfólio, fraldas e absorventes ecológicos, xampu e condicionador em barra, escovas de dentes de bambu, dentre outros itens. Todos os produtos da marca são 100% vegetarianos, não desmatam florestas ou ecossistemas e nem fazem testes em animais.

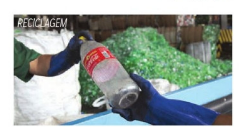
INOVAÇÃO

CEBDS LANÇA **PLATAFORMA PELA BIODIVERSIDADE**

Apoiar empresas na adoção de soluções eficientes que preservem a natureza. Esse é o objetivo da Plataforma de Ação pela Natureza lançada pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) e parceiros. Serão dois eixos de atuação. O de Impacto Positivo terá, em um grupo piloto, uma força-tarefa para divulgação financeira relacionada à natureza alinhando métricas, mapeando riscos e oportunidades. E o de Soluções Climáticas Naturais terá foco na geração de créditos de carbono através de soluções baseadas na natureza na Amazônia. Para **Henrique Luz**, gerente técnico do CEBDS, a ferramenta ajudará no processo de decisão com metas de descarbonização baseadas na ciência.

281,4 mil

pessoas vivem em situação de rua no Brasil, 38% a mais do que antes da pandemia. O dado é do IPEA



COCA-COLA MIRA EMBALAGENS

Comprometida em ampliar a reciclabilidade e circularidade de suas embalagens, a Coca-Cola Brasil anuncia que investirá R$ 6,5 milhões em programas de apoio e fortalecimento da reciclagem inclusiva liderados pela Associação Nacional de Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (Ancat). Some a esse valor mais US$ 450 mil (cerca de R$ 2,3 milhões) que, com o apoio da The Coca-Cola Foundation, serão investidos no fortalecimento e melhoria de cooperativas e organizações de catadores dos estados de São Paulo, Pernambuco e Minas Gerais. Vale destacar: nos últimos cinco anos, a marca já garantiu a circularidade de mais de 120 mil toneladas de embalagens, o equivalente a 2,4 bilhões de garrafas PET.



Papo Responsável

Doutora em antropologia pela Universidade Federal de Minas Gerais, **Célia Xakriabá (Psol)** foi eleita a deputada federal indígena mais jovem do mundo aos 32 anos, com mais de 100 mil votos em Minas Gerais. Agora, lutará para colocar em prática sua proposta:

VOTAÇÃO
"Um dos aspectos que mais me chamou atenção é que recebi votos de quem votou em Simone Tebet, Lula e até no Jair Bolsonaro. O que parecia contraditório se explica por que conquistei a confiança dos jovens, mostrando que a transformação social é possível"

PAPEL SOCIAL
"A diversidade e a interculturalidade não são vias de mão única. Precisamos experimentar o lugar do outro para conhecer, entender e defender. Quero mostrar que os povos indígenas são imprescindíveis para manter a floresta em pé, o oxigênio abundante e o rio vivo"

CLIMA
"A ONU já reconheceu que uma das prioridades para a questão do controle climático passa pela preservação de terras indígenas. Falo que nós indígenas não somos os melhores no ataque, mas somos bons na defesa dos nossos valores, culturas e contribuição para a natureza"

EDUCAÇÃO
"Uma das minhas propostas é um projeto para que o Ministério da Educação inclua uma disciplina sobre a cultura indígena no currículo escolar. Além disso, queremos discutir possíveis incentivos para a inclusão do tema nos diversos institutos de ensino e universidades"



O PREÇO DA DESONERAÇÃO

OS MAIS DE R$ 80 BILHÕES EM REDUÇÕES DE IMPOSTOS E INCENTIVOS DURANTE A TENTATIVA DE REELEIÇÃO DE BOLSONARO TERÃO DE SER REVISTOS E RECALCULADOS PELOS GOVERNOS ESTADUAIS E PELA UNIÃO. A CONTA DO POPULISMO FISCAL TERÁ DE SER PAGA EM 2023

Jaqueline MENDES

 | FOTOS: ISTOCK | MATEUS BONOMI

Pagar pouco imposto — ou nenhum imposto — é muito bom para o consumidor. Fato, se fosse tão simples. Mas não é. Especialmente para quem arrecada, ainda mais em um contexto de agonia geral com as contas públicas. E, por isso mesmo, a próxima equipe econômica terá de dançar miúdo para conseguir repor a arrecadação sem tungar o bolso de trabalhadores e empresas logo no primeiro ano de governo. A encrenca é filha direta da farra das desonerações fiscais promovida pelo presidente Jair Bolsonaro durante a corrida eleitoral pela (frustrada) reeleição. Ela deve gerar redução de R$ 80,2 bilhões aos cofres da União em 2023, segundo o Orçamento enviado para o Congresso. Desse total, R$ 52,9 bilhões serão correspondentes ao eventual prolongamento da desoneração de tributos sobre os combustíveis, incluindo o gás de cozinha e o querosene de aviação.

Tais benesses, no entanto, precisarão ser repensadas no curto prazo, enquanto o aumento da arrecadação via crescimento econômico não aparece. Caso contrário, corre-se o risco de neutralizar os ganhos de importantes setores produtivos nos próximos dez anos, como é o caso do setor extrativo mineral (petróleo, gás natural e minério de ferro).

A comparação, feita pelo economista Bráulio Borges, pesquisador do Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (FGV-Ibre), mostra que as desonerações de IPI, PIS/ Cofins e ICMS sobre combustíveis, energia elétrica, telecomunicações e transporte urbano representam 1,6 ponto percentual do PIB ao ano em uma década. O percentual supera a arrecadação média anual de 1,4 ponto do PIB esperada na receita federal vindo do setor extrativo mineral entre 2022 e 2031, quando comparado ao obtido entre 2011 e 2020. "Seria uma receita que poderia contribuir para melhorar o resultado primário do setor público na próxima década, mas o que se vê agora ao fim deste ano é que essa arrecadação potencial foi consumida com as desonerações concedidas em 2022", afirmou Borges, em uma reportagem do jornal *Valor*. "Gastamos antes uma arrecadação que ainda não entrou. Só enxugamos gelo."

Nos bastidores, os corpos técnicos dos governos estaduais já se articulam para recuperar o ICMS — ou, na pior das hipóteses, parte dele — a partir de janeiro. Na semana passada, o Comitê Nacional de Secretários de Fazenda dos Estados e do DF (Comsefaz), que reúne secretários estaduais de Fazenda, divulgou orientação aos estados para elevar a alíquota padrão como alternativa para recompor arrecadação de ICMS.

No entanto, Borges, do FGV-Ibre, acredita que mesmo se houver alterações nos tetos de ICMS, não se sabe se a arrecadação vai se recuperar por completo ao longo do ano. Para ele, a restauração dos cofres estaduais só volta aos patamares de antes se houver uma rápida aprovação de uma reforma da tributação do consumo, numa proposta que estabeleça o Imposto sobre Valor Adicionado (IVA). Nas propostas já discutidas nesse sentido, a mudança começa com os federais PIS e Cofins e alcança o ICMS depois, após período de transição de pelo menos seis anos.

REAJUSTES Além de enxugar a arrecadação de estados e do governo central, as desonerações atabalhoadas e eleitoreiras podem ser agravadas pela previsão de reajuste salarial de servidores públicos. Embora não tenha indicado percentuais de aumentos no Orçamento, o governo que estará encaixotando a mudança nas próximas duas semanas entregará um presente-bomba para a próxima equipe econômica. Bolsonaro e Paulo Guedes deixaram no Orçamento uma reserva de R$ 12 bilhões para reajuste salarial. O reajuste nos vencimentos dos servidores atravessou vários vaivéns desde o final de 2021, com Bolsonaro prometendo reajustar os salários apenas dos policiais federais. Depois, disse que aumentaria o salário de todos os funcionários públicos. Mas ninguém recebeu aumento. Meses depois o desespero aumentou e o Posto Ipiranga congelou repasses para educação, saúde e assistência social. Isso porque a lógica tributária é clara e impiedosa: se não há um plano minucioso de compensação, quando alguém deixa de pagar, outro deixa de receber. S

OVO DA SERPENTE Movimento de redução de impostos começa com o plano de Guedes para conter a inflação com redução do ICMS do combustível



ECONOMIA

SERÁ QUE MAIS DINHEIRO SIGNIFICA MENOS PROBLEMAS?



AUMENTO DO LIMITE PARA GASTO ACIMA DO TETO EM 2023 TAPA O BURACO DOS RISCOS SOCIAIS, MAS COLOCA EM DÚVIDA FORMAS DE GARANTIR SUSTENTABILIDADE FISCAL DO NOVO GOVERNO


Paula CRISTINA

O senador Marcelo Castro (MDB-PI), relator do Orçamento de 2023, tem sido categórico sobre a importância da PEC 32 (ou da Transição) para composição de recursos a serem utilizados pelo governo no próximo ano. A conta, segundo ele, não fecha sem essa injeção de dinheiro. Exemplo disso seria a habitação que, sem a Emenda à Constituição, teria apenas R$ 900 mil. Segundo Castro, o problema orçamentário também atingiria duramente a educação, a saúde e a assistência social, que não teriam como honrar seus compromissos no próximo ano. A solução do parlamentar foi fazer o que não é possível no Orçamento Secreto: carimbar o destino dos recursos (nesse caso, os R$ 169 bilhões negociados pelo PT). Com o teto de gastos rachado, o muro que vai subir é o do déficit de 2023, que deve superar R$ 231 bilhões, mais que o dobro dos R$ 67 bilhões previstos pelo Executivo em agosto.

Ainda que a recomposição dos recursos fosse essencial para tornar operante boa parte da máquina pública — a despesa prevista com merenda escolar, por exemplo, estava em R$ 4,9 bilhões, o menor valor corrigido desde 2007, quando havia 21% menos vagas disponíveis nas escolas públicas — ainda há algum nível de incerteza sobre a compensação desse recurso. Isso acontece pela redução da expectativa dos preços das commodities, fator que ajudou consideravelmente a arrecadação este ano. Essa queda na arrecadação também deve ser sentida no consumo interno, que pode desacelerar ano que vem com o encarecimento dos juros e impacto mais generalizado da Selic em 13,75%. Enquanto a receita segue pressionada, a despesa sobe. A capacidade de investimento do governo vai passar dos R$ 22,4 bilhões estimados pelo Executivo para R$ 70,4 bilhões. Isso dá ao Congresso Nacional mais uma chave do cofre.

“A mensagem oficial é que o Congresso aumentou o salário mínimo e conseguiu o dinheiro para o Bolsa Família, ainda que essa seja uma análise rasa do que está acontecendo”, disse César Carlos Amador, analista político e professor de Gestão Orçamentária da Universidade de Brasília (UnB). Na visão do acadêmico, o Congresso dá mais um passo em direção ao controle do destino dos recursos e perde seu papel constitucional de legislar, orientar e garantir uma gestão de recursos coerentes e amparadas pela Lei. “A LDO se tornou um cheque em branco. Não há presidencialismo em um cenário em que ao presidente cabe tão pouco do ponto de vista orçamentário”, disse.

Com status de primeiro-ministro, o senador que desenhou o relatório final do Orçamento passeava pelo Congresso Nacional para negociar a PEC. Um dos argumentos era a necessidade de elevar as despesas dos ministérios do Desenvolvimento Regional (MDR) e da Infraestrutura. “Tem a transposição do Rio São Francisco, tem barragens sendo construídas. E aqui no MDR está o Minha Casa, Minha Vida que, pela primeira vez na história não tinha recursos para a habitação popular. Estamos colocando R$ 9,5 bilhões”, afirmou Castro, se gabando, em fala a jornalistas na capital federal. Com a entrada dos novos recursos e o atendimento das emendas parlamentares, o Orçamento de 2023 será de R$ 5,34 trilhões, sendo R$ 2 trilhões de rolagem da dívida pública. O teto de gastos passará de R$ 1,8 trilhão para R$ 1,94 trilhão.



“O Orçamento enviado pelo governo federal para 2023 era inexequível sem a compensação pela PEC 32. Meu trabalho eu fiz”

MARCELO CASTRO
RELATOR DO ORÇAMENTO 2023

MÃO AMIGA Outro tema sensível a Castro e a seus companheiros e que foi contemplado no Orçamento são os reajustes. Em especial o dos servidores do Executivo. Segundo o senador, os trabalhadores terão o mesmo reajuste do Poder Judiciário (9%). Para concursos novos, estão previstos R$ 16,7 bilhões, mas o senador solicitou ao governo eleito que contrate os aprovados nos concursos da Polícia Federal, Controladoria-Geral da União, Agência Brasileira de Inteligência e das forças de segurança do Distrito Federal.

Sobre o Orçamento Secreto, uma mudança, mas não para deixá-lo mais transparente. Segundo o texto, as emendas do relator se tornam partidárias com 80% do valor distribuído pelas bancadas. Outros 20% iriam para as Mesas e via Comissão Mista de Orçamento. “Mas todas serão identificadas com os nomes dos parlamentares, e isso acaba com o problema da transparência”, disse ele, ignorando o fato de ser um recurso nacional escoado sem travas ou gatilhos para os amigos do re(i)lator do Orçamento. **S**



LICENÇA PARA GASTAR

Principais incrementos nas despesas do Orçamento de 2023 com a PEC da Transição.
Em bilhões de R$

ASSISTÊNCIA SOCIAL	271,5 (+40,15%)
HABITAÇÃO	265,8 (+29.433,00%)
SAÚDE	174,6 (+32,70%)
TRANSPORTE	26,2 (+92,00%)
URBANISMO	9 (+611,95%)
CULTURA	5,7 (+409,44%)
DESPORTO E LAZER	1,92 (925,00%)
SANEAMENTO	1,1 (+5.731,00%)

Fonte: Relatório do Orçamento de 2023 do senador Marcelo Castro (MDB-PI)

LULA NÃO SE IMPORTA COM O MERCADO



Chico de GOIS

Desde que foi eleito, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva tem dado demonstrações de que não está muito disposto a fazer acenos ao mercado financeiro. Logo no início, ele fez questão de afirmar que questões sociais importam tanto quanto as fiscais. Nesta semana, apesar do mau humor com o nome de Aloizio Mercadante, Lula adiantou-se e anunciou o auxiliar como presidente do BNDES. E, sob o beneplácito do PT, no mesmo dia a Câmara aprovou mudança na Lei das Estatais que vai beneficiar o próprio Mercadante, além de políticos do Centrão, certamente (*leia mais na reportagem à página 24*). Lula passou a campanha longe da Faria Lima e sempre dizia que, nos seus dois governos, o mercado ganhou muito dinheiro e não tinha por que reclamar dele. O problema agora é que as declarações e ações desde 30 de outubro já provocaram queda substancial da Bolsa e aumento do dólar. O mercado aguarda sinalizações mais positivas do ministro Fernando Haddad.

AGRO QUER AVANÇAR NO DEBATE SOBRE DEMARCAÇÃO DE TERRAS

A definição do marco temporal de 5 de outubro de 1988 para a demarcação de terras indígenas é tema da agenda do agro para a próxima legislatura. Cercado de polêmica, o PL 490/2007 está pronto para ser votado pelo plenário e articuladores da bancada ruralista querem a votação já em 2023. O cronograma coincidirá com o início do funcionamento de uma estrutura na Esplanada para tratar dos temas referentes aos povos originários. O STF analisa o tema, mas o julgamento foi adiado, sem data para retomada. A lei em vigor prevê que para demarcar uma área é necessária a abertura de um processo administrativo na Funai. Uma equipe multidisciplinar deve redigir um relatório de identificação e delimitação, sem a necessidade de comprovação de posse em data específica.

DESONERAÇÃO DOS COMBUSTÍVEIS AINDA SEM SOLUÇÃO

A decisão do governo Lula sobre a desoneração dos combustíveis depende de três desfechos. O futuro ministro da Fazenda disse que terá de analisar o espaço fiscal que será aberto com a PEC da Transição, os impactos na lei orçamentária de 2023 e a decisão do STF sobre o ICMS. Sem essas definições, Fernando Haddad revelou que não tem como propor uma solução para o presidente Lula. Haddad vai estimar novamente as receitas — aparentemente subestimadas — da União para ajustar as despesas. Ele defende uma Reforma Tributária que seja simples e justa. Na equipe do Ministério da Fazenda, **Bernard Appy** será responsável pelo tema.



TUDO EM CIMA DA HORA

Ficou para a semana que vem o desfecho da PEC da Transição. O relator da matéria na Câmara, **Elmar Nascimento** (UB-BA), homem de confiança do presidente Arthur Lira, resolveu endurecer e segurar o texto, ameaçando fazer mudanças que devem levar a PEC de volta ao Senado em cima da hora. Há um sentimento entre os deputados de que os senadores já foram beneficiados pelo futuro governo e, no entendimento deles, não há problema nenhum em reenviar a matéria para análise na Casa vizinha porque o Senado vai se esforçar para votar. Além disso, há uma questão estratégica: ao promover mudanças, a Câmara, além de obrigar o Senado a votar novamente a PEC, vai emparedá-lo para que não possa alterar o que os deputados impuseram. Não haverá mais tempo para mudanças.

FOTOS: MATEUS BONOMI | PAULO SERGIO | GABRIELA BILÓ



Americanas S.A. é campeã em 6 categorias no prêmio Reclame Aqui 2022.

É com grande orgulho que comemoramos o primeiro lugar em seis categorias no prêmio Reclame Aqui 2022. Em mais uma edição, seguimos fazendo história.

Essa conquista é fruto de um trabalho contínuo de todos os colaboradores, com o propósito de somar a melhor experiência aos nossos clientes e um atendimento de qualidade.

Agradecemos ao nosso time, aos nossos parceiros estratégicos e, especialmente, aos nossos clientes por mais esse reconhecimento ao nosso atendimento.

É tempo de somar!

1º lugar nas categorias

americanas

Rede de Varejo ▶ **top 3 das marcas mais votadas**
E-commerce Grandes Operações



E-commerce Médias Operações



Pagamentos Online
Cartão de Crédito Co-Branded

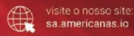


Prêmio de Melhor Profissional de Atendimento
Camilla Bispo, Ame Digital

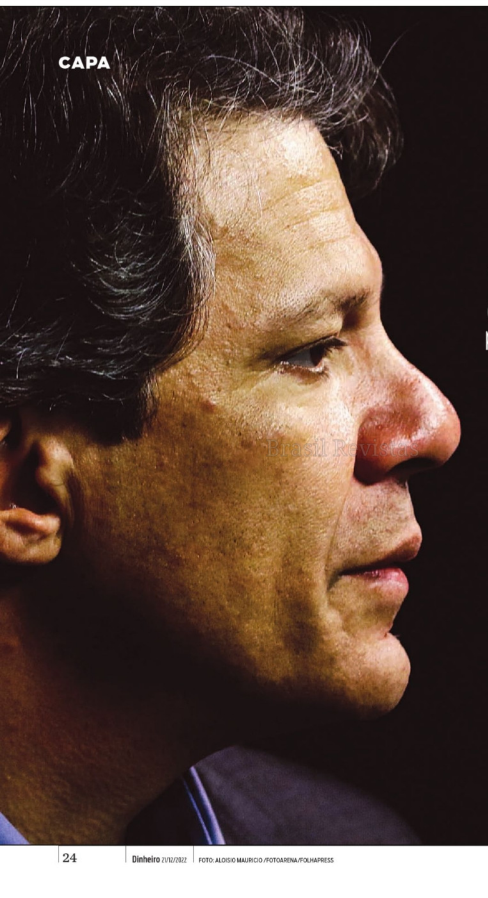
"Estou superfeliz e orgulhosa! É muito gratificante conquistar o prêmio "Profissional de Atendimento" do ano. Essa é a terceira vez consecutiva que a Ame Digital vence nessa categoria. Isso mostra que estamos no caminho certo e que temos um time maravilhoso de atendimento. Continuaremos focados em entregar o melhor atendimento possível, encantando nossos clientes."



Somarcast
Americanas S.A.
Conheça o podcast que sintoniza você com novas ideias



americanas sa



Com histórico de moderador, ex-prefeito de São Paulo Fernando Haddad assume o mais nobre cargo do Governo Lula III para desatar os nós do baixo crescimento, dos antigos erros do PT e da falta de uma nova liderança nacional da esquerda

Paula CRISTINA e Jaqueline MENDES

 FOTO: ALOISIO MAURICIO /FOTOARENA/FOLHAPRESS

A HORA H

Havia os que queriam o cargo — podem colocar os nomes de Aloizio Mercadante a Henrique Meirelles na lista. Havia os que concorriam ao cargo — como o vice-presidente Geraldo Alckmin. E havia o preferido de Lula para o cargo. E este é Fernando Haddad. A cadeira ministerial mais cobiçada do novo governo terá o ex-prefeito de São Paulo como titular. O Ministério da Economia (que voltará a ser da Fazenda) não será mais o castelo de cartas czarista de Paulo Guedes, mas ainda assim concentrará muito poder. Mais que isso: será nevrálgico para o sucesso do mandato Lula III, que sabe bem disso. A primeira questão foi a aceitação de seu nome pelo mercado. Desde que começou a ser ventilado, muita gente quis fazer marola, enxergando em Haddad um irresponsável e neófito econômico. Nada mais distante do professor acostumado a se referenciar na pesquisa e no conhecimento, ouvir os múltiplos ângulos e ser consistente. Por esse motivo, quem entende do grosso do dinheiro avaliza a escolha. "Sinaliza o perfil de alguém que olha para o equilíbrio entre as demandas sociais urgentes e a responsabilidade fiscal necessária", afirmou o presidente do Conselho de Administração do Bradesco, Luiz Carlos Trabuco, assim que oficializaram a nomeação. "Vai mediar os conflitos na condução econômica pela via do pragmatismo."

É por aí que Haddad jogará o jogo. O mercado do dinheiro grosso já estava assimilado com a escolha. No começo do mês, ainda antes da nomeação do novo ministro, o CEO do Itaú Unibanco Milton Maluhy Filho havia afirmado: "a gente fala que o social e o fiscal têm de andar de mãos dadas". Já era uma senha da precificação de Haddad, que parece ter a lição decorada. "Não estamos em um momento em que a expansão fiscal vá ajudar a economia", disse o futuro ministro na quarta-feira (14), em entrevista à *Globo News*. "Estamos pegando uma situação fiscal com um compromisso herdado, e não vamos desamparar as pessoas." Traduzido, é o social com o fiscal. A fala bate de frente com gente de peso do agora extinto time de transição, como Nelson Barbosa, um dos mentores da fracassada estratégia do governo Dilma Rousseff II para a economia.

Haddad sabe que terá de transitar política e economicamente nesse tipo de campo minado. A ele compete a duríssima missão de reativar a economia de modo célere, desviar dos erros cometidos pelo PT na gestão de recursos públicos nos governos passados e ainda se fortalecer a ponto de surgir como uma liderança à esquerda. O terceiro desafio será resultado do sucesso (ou não) dos dois primeiros.

Em suas falas já como futuro ministro da Fazenda, Haddad garante que será plural. "Sigo aberto ao diálogo e sem medo do contraditório." Essa característica é ideal para o tempo e a temperatura do Brasil agitado em que vivemos. Entre colegas de trabalho, ele é visto como calmo, moderado e ponderador. Por esse perfil, até o tão temido mercado financeiro parece ter digerido bem sua chegada, dando ao professor um selo parecido com o de Antonio Palocci em 2003, no governo Lula I. E se as expectativas são altas, as demandas são maiores. Não será fácil dobrar um Congresso sedento por cargos e dinheiro, metade da população insatisfeita, uma economia reticente e apoiadores que esperam resultados rápidos.

Para evitar a mesma expectativa (e posterior frustração) que acometeu Paulo Guedes, o PT vai dividir responsabilidades. O plano é tomar o caminho inverso da gestão Bolsonaro e descentralizar o poder econômico. Em vez de um superministro, haverá ao menos quatro pessoas comandando a economia com agendas, pensamentos e planos diferentes. Além de Haddad, os

cargos para o Ministério do Planejamento, da Indústria, Comércio Exterior e Serviços e da Casa Civil devem formar a cúpula que tomará as decisões de curto, médio e longo prazo. Para Haddad, esse caminho é frutífero e se assemelha ao que tinha em suas passagens no Ministério da Educação e na prefeitura de São Paulo.

Fernando Pieroni, diretor do Instituto Semeia e que foi diretor da São Paulo Negócios na capital paulista durante a gestão de Haddad, entende como característica principal do petista essa busca por decisões mais referendadas no coletivo. "Ele ouvia os técnicos e respeitava quem estava modelando os projetos. A prioridade era dada ao aval técnico, nunca ao ideológico." Àquela época, inclusive, Haddad ganhou o apelido de tucano do PT, por mostrar um lado polido que era mais associado aos políticos do PSDB que passaram pela prefeitura. "Era enorme sua capacidade de articulação, negociação e diplomacia. Mas sempre com cabeça própria", afirmou.

Apesar de possuir um currículo bastante relevante durante sua passagem pelo Ministério da Educação e a criação de programas como o Prouni, talvez seja sua experiência no comando da cidade de São Paulo que guarde alguns dos mais



SANGUE DE BANQUEIRO
Gabriel Galípolo, ex-presidente do Banco Fator, vai assumir a diretoria-executiva do Ministério da Fazenda e será o número 2 da Pasta

interessantes números para o cargo que Haddad vai ocupar a partir de 1º de janeiro. Além de deixar em caixa para seu sucessor João Doria R$ 5,5 bilhões (um dado inédito, segundo o Tribunal de Contas do Município), ele elevou o grau de investimento medido pelo rating da cidade pela primeira vez em 20 anos, resultado de uma revisão fiscal que foi auditada e elogiada pelo FMI. Emilio Mota Reis, juiz aposentado do TCM, estava no fechamento das contas de Haddad. "Ele criou um sistema de gatilhos para alertar o TCM sobre gastos não previstos. Essa métrica até hoje é usada", disse.

Outro pronto central da gestão de Haddad à frente de São Paulo foi a renegociação das dívidas do município, com a resolução de embates jurídicos que atravessavam décadas. O maior deles envolvia o governo federal (à época comandado por Dilma



 FOTOS: TON MOLINA /FOTOARENA/FOLHAPRESS I EDUARDO ANIZELLI/FOLHAPRESS

Rousseff) e o resultado foi uma redução pela metade do valor da parcela e diminuição de 30% no montante final da dívida. Cristina Helena Pinto de Mello, professora de Economia e diretora da Área de Sucesso Docente e Discente da ESPM, afirma também ter sido importante para Haddad outro embate. "Quando ele apoiou o ex-ministro da Fazenda Joaquim Levy, na tentativa de ajuste fiscal do governo de Dilma Rousseff", disse. Sua não reeleição, em 2016, foi muito mais fruto do antipetismo em seu esplendor.

LEALDADE Bruno Carazza, professor da Fundação Dom Cabral (FDC) e autor do livro *Dinheiro, Eleições e Poder: as Engrenagens do Sistema Político Brasileiro,* disse que a decisão de Lula agora não difere muito da estratégia de 2003, quando escolheu Palocci. "Mostra que está preocupado em aprovar projetos importantes no Congresso." Além de ter capacidade de reconhecimento muito além de seus colegas e companheiros de partido, o que é bastante incomum na política, sua escolha também tem muito a ver com a lealdade do ex-prefeito com Lula, e a capacidade de implementar medidas para coibir fraudes e mau uso de recursos públicos — os calcanhares de Aquiles que separaram Lula de Palocci, anos depois, na Lava Jato.

Para dar conta de seus desafios — resumidos em promover crescimento econômico sólido —, ele usa um argumento que é música para o mercado e causa calafrios na esquerda: controle de gastos. Segundo Haddad, a PEC da Transição é importante para cumprir obrigações que o governo Bolsonaro não foi capaz de prever no Orçamento. Nas entrelinhas, diz ao mercado que não precisa desse recurso e que há um caminho entre a austeridade e o investimento necessário. Para José Niemeyer, coordenador de Relações Internacional do Ibmec-RJ, esse é sempre o dilema. "O desafio de gastar e, ao mesmo tempo, cuidar das contas públicas. No começo do governo terá uma

O MAL DE UMA VEZ, O BEM AOS POUCOS

Os grandes líderes do mundo têm em *O Príncipe*, de Nicolau Maquiavel, uma espécie de cartilha básica, e um dos ensinamentos é praticamente uma lição de marketing. É melhor entregar a parte ruim de uma vez, e ir parcelando a boa para sustentar uma imagem positiva. Os gerentes de marketing sabem bem que o cenário só fica melhor se a notícia não tão palatável for lançada no final do ano, no meio da Copa do Mundo, enquanto o País enfrenta uma polarização com ampla divulgação midiática. E talvez por isso Lula tenha "deixado escapar" que Aloízio Mercadante, seu coordenador de campanha e fiel escudeiro em todos os governos, irá assumir em janeiro a presidência do BNDES.

Dentro do próprio PT o assunto causou certo incômodo. Isso porque a indicação de Mercadante pareceu uma desculpa para que o Congresso derrubasse uma normativa que odiava, mas não alterava porque temia a opinião pública. Até por isso o ex-diretor do Banco Central, Tony Volpon, se disse surpreendido. "O Mercadante veio como surpresa, não tanto por estar no governo, mas sim no BNDES, muitos pensavam que ele teria um cargo político", disse.

A notícia, claro, caiu como uma bomba no mercado, que esperava um nome com DNA liberal para comandar o banco público de fomento. Foi o que bastou para os papéis de estatais caíssem na bolsa e o dólar subisse. E, lembra do mal de uma vez? Se o mal era estressar o mercado, Lula o fez e testou o coração desse ente intangível. Na sequência, a Câmara, na figura de Arthur Lira, desengavetou uma matéria que tratava de revisar a Lei das Estatais, implementada por Michel Temer em 2017 para evitar indicações políticas e sem caráter técnico nas empresas públicas. O texto foi aprovado na calada da noite e é necessário para que Mercadante assuma o posto. Mas, mais do que isso, é o aval que o fisiologismo do Congresso tanto esperava para voltar a negociar cargos em escala e embarcar no Lula III.

Para o CIO da Suno Asset, Vitor Duarte, a mudança na Lei para facilitar a entrada de políticos em cargos estratégicos em empresas públicas é um erro crasso. "Não sei se as pessoas perceberam o tamanho da interferência política que será possível com isso. E o mercado vai reagir negativamente", disse.



EM BOA COMPANHIA

Para tentar desfazer o nó fiscal que o Brasil enfrenta, Haddad se cerca de nomes palatáveis ao mercado, ao mesmo tempo em que conversem com a proposta social do PT. Os dois primeiros convocados foram Gabriel Galípolo, ex-presidente do Banco Fator e que assumirá o cargo de secretário executivo. Ele é próximo do vice-presidente Geraldo Alckmin e foi conselheiro de Lula durante a campanha e provavelmente converteu alguns votos de liberais que estavam descontentes com a gestão Bolsonaro. Para o mercado, a ideia é que a presença de um ex-banqueiro, com uma visão mais pró-mercado, colabore para a construção de políticas econômicas alinhadas com o equilíbrio entre o fiscal e o social que Lula defendeu em campanha.

Quem também entra no time a peso de ouro é Bernard Appy, talvez o maior especialista em reforma tributária em atividade no Brasil. Autor de um dos textos de reforma que tramita no Congresso, Appy é a promessa de revisão tributária. Segundo Haddad ele atuará junto com o deputado Baleia Rossi e outros parlamentares para o avanço do texto, que será prioridade do governo já em 2023. Appy esteve no governo Lula entre 2003 e 2009, assumindo postos diversos ao longo do período.

E mesmo com todo o currículo, desafios e aliados que cercam Haddad talvez tenha sido em uma experiência, lá em 2002, em uma reunião com o recém-eleito Lula, que Haddad tenha alçado a vaga que ocuparia 20 anos depois. Nas palavras do próprio Haddad, em uma aula na PUC, o encontro foi assim: *Antes da posse Lula se reuniu com intelectuais para discutir as primeiras medidas de seu governo. Eu intuía o que ele tinha em mente e levei um livro comigo. As falas foram variadas, todas muito pertinentes. Depois de ouvir, Lula tomou a palavra e disse que sua meta número um para o governo era acabar com a fome. Silêncio. Na segunda rodada chegou minha vez e eu li um pedaço de Minima Moralia, de Theodor Adorno. O momento em que ele discute qual seria o objetivo de uma sociedade emancipada. Livre. Então ele discorre sobre as respostas e como elas trazem pensamentos como "a realização das possibilidades humanas" ou "a riqueza da vida". Adorno, não satisfeito, mostra que o caráter elevado de tais respostas era enganador e repulsivo. "A única resposta delicada seria a mais grosseira: que ninguém mais passe fome." Na prática, se quiséssemos perseguir um objetivo, temos que ser simples e firmes: é preciso matar a fome no país. Lula riu da ironia. O mais ortodoxo dos acadêmicos até pode dizer que o interesse público contraria a responsabilidade fiscal, mas o retirante nordestino era bom de desafios e, sem nem imaginar, estava mais próximo de Adorno que os acadêmicos que conhecia.*



"Haddad é bastante racional e objetivo. É bom de articulação e diplomacia"

FERNANDO PIERONI
SEMEIA



"A habilidade dele em compor equipes, definir agenda e entregar é um diferencial"

CRISTINA PINTO DE MELLO
ESPM



"Pelo trabalho fiscal em São Paulo, Haddad se tornou a estrela que mais cresceu no PT"

BRUNO CARAZZA
FUNDAÇÃO DOM CABRAL

visão muito mais social, mas logo será cobrado o crescimento econômico."

Por esse motivo, mais do que nunca, os olhos estarão não tanto em suas falas e mais em suas atitudes. Como afirmou Bruno Monsanto, sócio e assessor de investimentos na RJ Investimentos, a nomeação de Haddad tem um caráter mais político que técnico, e isso aumenta a pressão nele. "O compromisso com o social é importante, mas vira demagogia se vier com irresponsabilidade fiscal", disse. "Vide o governo Dilma." Segundo Monsanto, sem apresentar soluções estruturadas, "a conta vai chegar em forma de inflação, juro neutro mais alto, volta a um modelo de subsídios, e aumento de impostos vindo a reboque." Uma cartilha que Haddad e o próprio Lula conhecem muito bem. Vale lembrar que em agosto, o então candidato agora eleito afirmou que existem "três palavras mágicas para governar este País: credibilidade, previsibilidade e estabilidade" e que "ninguém pode ser pego de surpresa". Nada mais correto. Caberá a Haddad cuidar dessa missão inescapável.

VEIA REFORMISTA
Tido como o maior especialista em reforma tributária em atividade no Brasil, Bernard Appy embarca no Ministério da Fazenda





COMO SE DESTACAR NA BLACK FRIDAY

Empresas já se preparam para uma das maiores datas comerciais do mundo, e sair na frente dos concorrentes é o maior desafio nesse período.

Datas sazonais são ótimas para vender e ninguém pode negar. Mas já parou pra pensar em aproveitar a oportunidade para também se relacionar melhor com seu público? A Black Friday não deve ser apenas sobre vender mais, ela é uma oportunidade de construir relações com seus clientes e fortalecer sua marca.

Campanhas promocionais com foco apenas no menor preço e descontos colhem resultados de curto prazo e não contribuem para fidelizar clientes no longo prazo. O que acontece com os clientes que compraram um produto seu com desconto durante essa data depois que ela acabar? Ele voltará a comprar com você sem o desconto?

Além disso, o consumidor é bombardeado por ofertas parecidas e fica com dificuldade em escolher a melhor. Campanhas inteligentes conseguem se destacar sendo diferentes.

CONSTRUIR RELAÇÕES É MAIS IMPORTANTE DO QUE DAR DESCONTOS

Criar conexões verdadeiras com seus clientes resultará em relacionamentos duradouros, sem uma espera por descontos expressivos em seus produtos.

O marketing de recompensas pode ser um grande aliado das empresas na Black Friday. Uma pesquisa conduzida pelo grupo Aberdeen demonstra que as promoções baseadas em recompensas aumentam em 6% a rentabilidade por cliente, quando comparadas com promoções baseadas em descontos. Essa estratégia pode ser usada para diversos objetivos, como incentivar o engajamento, gerar intenção e aumentar frequência de compra, além de minimizar potencial de receita perdida devido a descontos.

CAMPANHAS DE MARKETING DE RECOMPENSAS NA BLACK FRIDAY

Serviços financeiros, varejo ou serviços de assinatura, não importa o segmento, ser recompensado é bom e todo mundo gosta. As possibilidades do marketing de recompensas são inúmeras e os benefícios também: diferenciação dos concorrentes, traz maior percepção de valor, pode ser usada por empresas de todos os tamanhos e permite campanhas personalizáveis.

COMPROU, GANHOU: Ofereça recompensas alinhadas ao seu nível de investimento e personalizadas de acordo com público e produto. A campanha pode estar atrelada a comportamentos que sua empresa deseja incentivar, como compra no cartão de crédito.

POR TICKET MÉDIO: Ofereça recompensas condicionadas a um gasto mínimo. Ganhe nas compras a partir de um ticket médio específico.

RECUPERAÇÃO DE CARRINHO: Faça uma campanha para todos que abandonaram o carrinho, oferecendo uma recompensa na compra.

ABERTURA DE CONTAS: Com o crescimento das fintechs, o mercado se encontra saturado de ofertas. Para se diferenciar, ofereça uma recompensa para cada abertura de conta com um valor de investimento mínimo.

CICLO DE VIDA DE CARTÕES: Uma coisa que todos precisam na Black Friday é um meio de pagamento. Por que não incentivar o uso do seu cartão para compras durante o período?

ASSINATURA ANUAL: Incentive o comprometimento de longo prazo na hora de escolher entre um plano mensal ou anual e obtenha contratos mais longos.

CASHBACK EM RECOMPENSAS: Incentive a recorrência recompensando mensalmente quem assinar seu produto durante o período de Black Friday. Ao agregar valor todo mês, você cria várias experiências positivas entre seu cliente e sua marca.

DEBANDADA DOS

Mesmo com rentabilidade nominal entre 11,27% e 13,23% nos últimos 12 meses, investidores retiram R$ 25,7 bilhões das carteiras, sendo R$ 16 bilhões da renda fixa somente no mês de novembro

Fagundes SCHANDERT



Há resgates sazonais em novembro, dezembro e janeiro, quando também é mais puxado em impostos como IPTU e IPVA"

RODRIGO CAETANO
ANALISTA DA TORO



Quando a esmola é demais, o santo desconfia. Numa nova versão, quando os juros são altos demais, os investidores desconfiam. Esse bem pode ser o ditado para tentar explicar apenas um dos motivos para os saques em fundos em novembro. De acordo com dados da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), desde setembro há resgates seguidos por parte de investidores de previdência, empresas e de pessoas físicas do varejo tradicional. Entre janeiro e novembro, os cotistas já retiraram R$ 25,7 bilhões das carteiras. Em 2021, nessa mesma época, os fundos apresentavam captação líquida de R$ 463,1 bilhões.

No ano há debandada de fundos de ações (-R$ 66,1 bilhões) e multimercados (-R$ 83,7 bilhões), resultado da realocação de recursos para a renda fixa, que estão pagando juros altos no momento. A taxa básica de juros (Selic) está em 13,75% ao ano e serve de referência para o retorno em fundos DI, de renda fixa pós-fixada, os mais conservadores e seguros do mercado. Nesse segmento, a rentabilidade nominal ficou entre 11,27% e 13,23% nos últimos 12 meses.

Para Mariana Barros da Rocha, gestora de fundos da Órama Gestão de Recursos, a eleição deixou pessoas inseguras, num movimento de aversão ao risco e incertezas sobre o ambiente doméstico e externo. "Os clientes ficaram mais receosos. Vemos resgates quase todas as classes de ativos", disse. A observação dela é confirmada pelos dados da Anbima, os fundos de renda fixa completaram três meses com retirada líquida de recursos, sendo R$ 16 bilhões de saída em novembro. No ano, a classe ainda acumula R$ 74,5 bilhões em captação líquida. A gestora explicou que a maior parte da retirada de recursos da renda fixa no ano está sendo feita por investidores institucionais de previdência, os Regimes Próprios de Previdência Social (RPPS), que sacaram o montante de R$ 17 bilhões, além de seguradoras (-R$ 2,8 bilhões) e empresas (-R$ 15,6 bilhões). "Há muitos compromissos de institucionais no final do ano. Mas há também resgates de pessoas físicas do varejo tradicional (-R$ 20,3 bilhões)", afirmou.

Os compromissos dos RPPS são relativos ao pagamento do 13º salário para aposentados e pensionistas. A situação é similar à de empresas que desembolsam recursos de reservas financeiras depositadas em fundos de renda fixa de curto prazo de liquidez diária para pagar funcionários em novembro e dezembro. Entre as

FUNDOS

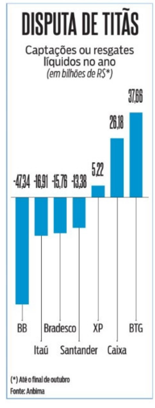
diversas subcategorias dessas aplicações, R$ 12,36 bilhões saíram de fundos de curto prazo.

PESSOAS FÍSICAS Para Rodrigo Caetano, analista da Toro Investimentos, pessoas físicas acabam utilizando suas reservas para compras de Natal e viagens de final de ano. "Há resgates sazonais em novembro, dezembro e em janeiro, quando também é mais puxado em impostos como IPTU e IPVA", disse.

Essa retirada líquida geral não foi maior no ano por causa de outros tipos de investidores que aparecem com aportes: fundos de pensão de empresas públicas (+R$ 4 bilhões), planos de previdência privada (+R$ 2,2 bilhões) e planos de capitalização (+R$ 4,6 bilhões). O varejo alta renda também está poupando na renda fixa (+R$ 11,3 bilhões) e investidores milionários do segmento private (+R$ 6 bilhões). Questionado sobre a volta da captação em 2023, Caetano aponta para uma retomada nos aportes para depois do Carnaval, em 21 de fevereiro próximo. "Saindo desse período, vamos ver uma retomada", afirmou.

Numa visão diferente sobre o ambiente atual, o CIO da Suno Asset, Vitor Duarte, percebeu casos isolados de retiradas para compra de dólar. "O que percebi de agentes de investimentos na região Sul, e de mais de um agente, foram conversas de pessoas retirando dinheiro para remessas para o exterior", afirmou. Questionado sobre exemplos, Duarte contou que o caso de um agente que realizou uma operação de câmbio de R$ 10 milhões. "Existe uma pequena parcela da população que só se informa pelo WhatsApp. Para eles, o mundo vai acabar depois da vitória do Lula, são essas pessoas que estão transferindo dinheiro para aplicar fora do País", disse.

Duarte disse que essas pessoas estão com medo da inflação. "O tempo vai dizer se elas estão erradas ou não. O dólar pode ir para R$ 7 ou R$ 8 em seis meses, mesmo com o nível elevado de reservas cambiais. Quando Bolsonaro fez o primeiro furo no teto de gastos, o dólar pulou de R$ 4 para R$ 5 rapidamente e não voltou mais", afirmou. "Entre juros de 13,75% em reais, e juros de 4% em dólar (nos EUA), a taxa americana não está ruim." O alerta dele contraria previsões da maioria dos analistas. Segundo a última Pesquisa Focus do Banco Central, divulgada na segunda-feira (12), a estimativa aponta o dólar em R$ 5,25 no final de 2023. ■





"O CORRETO PARA A COLÔMBIA É PERMITIR QUE A VIVA SE SALVE. NEGAR ISSO É UMA DECISÃO EQUIVOCADA"

ADRIAN NEUHAUSER,
CEO E PRESIDENTE DA AVIANCA

Avianca define novo plano de voo

Aérea colombiana aposta no Grupo Abra, em novas rotas e aeronaves, além da possível aquisição da concorrente Viva, para expandir participação na América Latina após saída do Chapter 11

Angelo VEROTTI, de Bogotá (Colômbia)



A Aerovías Nacionales de Colombia, popularmente conhecida como Avianca, tem em seu histórico o posto de companhia aérea há mais tempo em atuação ininterrupta no planeta. São 103 anos de voos, seja com céu azul, seja em meio a tempestades. Um dos períodos mais desafiadores chegou como uma nuvem qualquer em 2020, mas teve efeitos devastadores no setor. Provocou um pouso de emergência coletivo e suspendeu quase 100% das operações das empresas por meses. Um prejuízo global de US$ 137,7 bilhões que este ano deve ficar em US$ 6,7 bilhões. Sem liquidez, a aérea colombiana seguiu o caminho de muitas outras pelo mundo e, em maio daquele ano, apelou ao Chapter 11 (Capítulo 11, equivalente americano à recuperação judicial brasileira), para se proteger das dívidas — estimadas à época em até US$ 10 bilhões. Fora da recuperação judicial desde dezembro de 2021 e, após um período de transição em 2022, a Avianca se prepara para consolidar o negócio em 2023 e ganhar altitude com aquisições, novos aviões, novas rotas, além de outras iniciativas. "A companhia está melhor", afirmou à DINHEIRO Adrian Neuhauser, CEO e presidente da empresa. "Mas ainda não em números azuis, como gostaríamos."

PLANO DE DECOLAGEM

ALTA TEMPORADA

- **7** novas rotas
- **15** rotas reativadas
- **4 milhões** de passageiros
- **30 mil** voos
- **650 mil** assentos

POR DENTRO DO NEGÓCIO

	Avianca	Viva
aviões	198	22
rotas	215	60
passageiros *(em milhões)*	22,6	6,5
Participação de mercado	41,7%	19,2%

Os números são mantidos em sigilo, mas a cautela mostra-se fundamental diante das projeções da Associação Internacional de Transportes (Iata) para o setor na América Latina. As aéreas da região devem fechar este ano com prejuízo acumulado de US$ 2 bilhões (cerca de R$ 10,5 bilhões) — o equivalente a 2,4% do faturamento total —, montante que deve cair para US$ 795 milhões (cerca de R$ 4,1 bilhões), ou 0,6%, no ano que vem. A projeção é que a demanda de passageiros cresça 9,3% na próxima temporada, enquanto o total de pessoas transportadas alcance 95,6% do nível registrado no período pré-pandemia, no início de 2020.

A aposta da Avianca para ampliar a participação no mercado latino-americano está no Grupo Abra, holding criada em parceria com a brasileira Gol. O acordo anunciado em maio deu origem ao maior grupo de transportes da América Latina, com receita anual de US$ 7 bilhões e frota de 300 aeronaves. Com sede no Reino Unido, o Abra controlará os negócios das companhias e receberá uma capitalização de US$ 350 milhões em recursos novos de um conjunto de investidores, com destaque para Elliott International, South Lake e Kingsland, fundos acionistas da Avianca após o período de reestruturação financeira, finalizado em dezembro de 2021.

TRANSFORMAÇÃO Neuhauser classifica 2022 como o ano de transformação da Avianca. A companhia deve fechar os 12 meses com 22,6 milhões de passageiros transportados e espera conduzir outros 4 milhões na alta temporada, com sete novas rotas — e a reativação de outras 15 — a partir deste mês e outras 20 em 2023, quando integrará à sua frota 30 aeronaves. Entre as novas rotas, uma ligará Cartagena a São Paulo.

O CEO descartou, no entanto, preços mais competitivos porque o “mundo mudou”. Segundo o executivo, o petróleo subiu mais de 15% na comparação ao ano passado, a inflação na América Latina cresceu dois dígitos, o dólar valorizou, en-

UNITED ENCOMENDA 100 UNIDADES DO BOEING 787

Prova de que o horizonte está positivo para as companhias aéreas globais é americana United Airlines. A empresa encomendou 100 aeronaves modelo Boeing 787 para dar andamento ao seu programa de substituição de fuselagem larga — geralmente utilizado para voos longos e intercontinentais, acomodando maior número de passageiros e quantidades de carga.

Além da encomenda feita, a companhia aérea tem opções para mais 100 Boeing. As entregas estão programadas para começar em 2024 e continuar até 2032. A United afirma que tem flexibilidade para escolher entre as variantes 787-8, 787-9 e 787-10. A United ainda tem 45 Airbus A350-900 encomendados, decorrentes de um acordo de 2012 para 25 que foi revisado em 2013 e novamente em 2017.

Durante uma teleconferência para discutir a futura frota da United, o CFO da companhia aérea, Gerry Laderman, comentou que a empresa firmou um acordo também com a Airbus para modificar o cronograma de entregas. Laderman afirmou que as entregas do A350 estão programadas para começar até 2030 e acrescentou que o Airbus A-350 é uma ótima opção como substituto do 777.

quanto as moedas da região desvalorizaram dois dígitos. “Isso significa que um assento hoje é muito mais caro que em 2019, no período pré-crise sanitária.”

A Avianca lidera o mercado colombiano, com 41,7% de participação, seguida pela chilena Latam (21,5%) e pela também colombiana Viva (19,2%), e espera consolidar a posição com a aquisição dos direitos econômicos da Viva. A empresa chegou a anunciar a compra da aérea low-cost em abril, mas a negociação foi vetada pela Aeronáutica Civil, órgão regulador na Colômbia, sob a justificativa de que a integração representaria riscos para a concorrência no setor de aviação comercial. O negócio, segundo o órgão, faria com que o mercado colombiano retornasse a níveis de sete anos atrás em termos de livre concorrência.

A companhia recorreu à entidade na intenção de evitar possível falência da Viva, afetada economicamente pela pandemia. A Avianca ofereceu à Aeronáutica Civil série de contrapartidas para minimizar os impactos da integração no mercado nacional, como a devolução de porcentagem relevante de slots (licenças de pouso e decolagem) e cessão de slots com ativos aos concorrentes. O objetivo é que outras companhias aéreas possam, se tiverem interesse, aumentar suas operações no aeroporto El Dorado, o principal do país, situado na capital, Bogotá.

A decisão final da Aeronáutica Civil deve sair até fevereiro de 2023, mas Neuhauser avisa que não existe um plano B caso o negócio seja vetado definitivamente. Segundo ele, a aquisição pode salvar ao menos 5 mil empregos diretos, além de manter as operações dos 22 aviões da Viva. “O correto para o país é permitir que a Viva se salve. Negar isso por uma preocupação competitiva com a Avianca é uma decisão equivocada”, disse o executivo, com a expectativa de que a Avianca abra ainda mais as asas no mercado latino-americano. Um jogo de pousos e decolagens em que o fundamental é preencher os assentos — e os espaços.

DELTA FOCA NA CONVENIÊNCIA

Para chegar aos principais destinos dos EUA, seja em Orlando, Miami ou Nova York, há dois hubs principais de conexão os quais o viajante deve passar: Atlanta e Miami. Companhias como a American Airlines trabalham majoritariamente com conexões em Miami. Já a Delta tem seus esforços centralizados em incentivar o brasileiro a escolher o aeroporto de Atlanta, através de uma nova joint venture com a Latam, oferecendo mais voos e destinos. “O objetivo não é vender para quem quer o menor preço, mas sim para quem quer um serviço completo, com conveniência e assentos melhores”, disse à DINHEIRO Rahsaan Johnson, diretor-geral de Comunicações Internacionais da Delta, que veio ao Brasil acompanhado por Elizabeth Ninomiya, gerente Latam de Comunicações da Delta (foto).

A associação entre as companhias tornará possível a oferta de mais de 20 rotas entre Estados Unidos e América do Sul, além de mais de 70 destinos nos Estados Unidos e 40 na América do Sul. Para os milheiros, o acordo entre Latam e Delta permite que os clientes do programa das duas companhias acumulem milhas e pontos em seus respectivos planos de passageiros frequentes, incluindo embarque prioritário, bagagem adicional e acesso às salas VIP para determinadas categorias.

O aeroporto de Atlanta será um desafio para a Delta, por ter historicamente pouca aderência entre os brasileiros, tradicionais fãs de Miami. E há vários motivos para isso. Seja pela afinidade natural com a cidade da Flórida, já que ela tem forte presença latina na cultura, ou com o conhecimento do hub em si. Entre as ideias em discussão para lidar com esse cenário, o executivo de comunicação da Delta comentou que a companhia foca em proporcionar uma experiência completa, com pontualidade e conexão ajustada, principalmente para assentos de primeira classe e de turismo empresarial.

> “O OBJETIVO NÃO É VENDER PARA QUEM QUER O MENOR PREÇO, MAS QUER UM SERVIÇO COMPLETO”
>
> **RAHSAAN JOHNSON,**
> **DIRETOR DE COMUNICAÇÃO DA DELTA**





A ESTRADA

Líder em vendas on-line de passagens rodoviárias no Brasil vê o número de clientes superar o da pré-pandemia

Angelo VEROTTI

> “A DEMANDA REPRIMIDA CAUSADA PELAS RESTRIÇÕES DE CIRCULAÇÃO FEZ COM QUE AS PESSOAS ANSIASSEM POR VIAJAR”
>
> **PHILLIP KLIEN**, CEO DA CLICKBUS

DIGITAL DA CLICKBUS

Os buracos no caminho, ou melhor, nas contas, já ficaram para trás. Ao menos é o que demonstram os números do mercado brasileiro de transporte rodoviário de passageiros. Depois de amargar queda de 95% nas vendas de passagens nos primeiros meses da pandemia, em 2020, e de 57% em 2021, sob os efeitos da segunda onda da Covid-19, o setor mostra recuperação com índices superiores aos apresentados no período pré-crise sanitária. Apenas no primeiro semestre de 2022, houve crescimento de 124% nas vendas de bilhetes na comparação com o mesmo período do ano passado e de 162% em relação aos seis meses iniciais de 2019. "A demanda reprimida causada pelas restrições de circulação fez com que as pessoas ansiassem por viajar", disse à DINHEIRO Phillip Klien, CEO da ClickBus. "Com isso, além da volta dos antigos passageiros, o modal atraiu uma parcela da população que não buscava ônibus para fazer turismo."

Principal plataforma nacional de comercialização on-line de bilhetes rodoviários, a ClickBus soube pegar carona no crescimento do segmento nos últimos dois anos. "Tivemos uma aceleração brutal do digital." Em 2019, cerca de 15% das passagens no Brasil eram vendidas on-line, percentual que hoje chega a 25%. E a empresa projeta crescimento de 90% nos negócios em 2022 na comparação a 2021, quando registrou o melhor ano de sua história com incremento de 83% na emissão de passagens e de 63% na geração de receita em relação a 2020, além de ter atingido a marca de R$ 1 bilhão de GMV bruto – soma dos valores transacionados em todas as unidades de negócios (OTA, White Label e Parceiros).

O executivo celebra os resultados e aponta a modernização dos ônibus, com a implantação de leito-cama, serviço de bordo e wi-fi, por exemplo, o aumento dos preços das passagens aéreas, além do custo elevado dos combustíveis, como aliados para o crescimento na procura pelas viagens rodoviárias. Apenas em 2022 a ClickBus notou alta de 275% na média diária de buscas no site, comparado a 2021. "Mais de 70% das compras na plataforma da ClickBus foram realizadas por novos usuários", disse Klien, ao revelar que 53% dos passageiros trocaram os aviões pelos ônibus, inclusive com demanda de pessoas das classes A e B.

A expectativa agora é atrair também o cliente corporativo. A ideia é que a pessoa viaje a noite e durma confortavelmente em um ônibus durante a madrugada. Dessa maneira, irá economizar no trecho, com a passagem mais barata em relação à de avião e também na estadia. "De repente, a pessoa pode voltar ao ponto de origem no ônibus, de dia, com wi-fi e aproveitando para fazer ligações de trabalho, se necessário."

A ClickBus tem parceria com 200 viações que ligam 4,8 mil destinos pelo País. A empresa já vive a efervescência da alta temporada, com as festas de fim de ano e as férias, para expandir os negócios. "Dezembro é o mês mais emblemático para a empresa, representando muitas vezes até 50% mais de venda de passagem em comparação com um mês comum." A empresa mira também os feriados programados para 2023. Serão 12 nacionais com a possibilidade de ao menos sete se tornarem prolongados. Neste ano, foram 11, muitos deles celebrados em dias como quarta-feira, sábado e domingo.

Apesar dos atrativos, três a cada quatro passagens compradas no País ainda são adquiridas diretamente nas rodoviárias, o que se mostra um desafio para aplicativos ou sites, que apostam na facilidade, praticidade e preço para atrair os consumidores. No caso da ClickBus, a estratégia tem sido ofertar preços mais convidativos por meio do selo Click Oferta, página que traz descontos de até 60% nas passagens compradas na plataforma, principalmente para quem o faz de forma antecipada. "Constatamos que a taxa de antecipação subiu de dois para oito dias." Um avanço, quilômetro a quilômetro, mas cada vez mais acelerado. S

ROTAS MAIS PROCURADAS NO BRASIL*



Fonte: ClickBus

FOTO: FABIO CORDEIRO

UNIMED-RIO: NA UTI?

Com problemas financeiros após uma década de má gestão, a oitava maior operadora de saúde suplementar do País, sob intervenção da ANS, tem futuro incerto

Beto SILVA

De 1999 a 2014, a Unimed-Rio estampou sua marca na camisa do Fluminense Football Club, um dos quatro grandes do futebol do estado. Foi mais que um patrocínio. Era uma parceria. A operadora de saúde chegou a investir R$ 25 milhões anuais no time, incluindo pagamento de até 80% dos direitos de imagem de estrelas como o atacante Fred e o meio-campista argentino Darío Conca. A sociedade gerou resultados. Enquanto a companhia aumentava



CRISE
Unimed-Rio fechou o primeiro semestre com prejuízo milionário e atraso no pagamento de hospitais e laboratórios

sua carteira e seu faturamento, dentro de campo a equipe tricolor ganhou sete títulos. Em comunicado oficial à época, a Unimed-Rio informou que o encerramento do contrato de patrocínio foi fruto de “uma revisão da estratégia de marketing”. Mas não era só isso. O início dos anos 2010 foi marcado por uma série de ações equivocadas, que gerou crise institucional e financeira. Isso motivou a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) a instaurar, a partir de 2016, um regime de direção técnica na Unimed-Rio. Na prática, a agência faz o acompanhamento presencial da gestão da empresa, que precisa cumprir compromissos. Em maio deste ano, a intervenção da ANS foi renovada por mais um período com a alegação de que “anormalidades econômico-financeiras e administrativas graves” colocam em risco a continuidade do atendimento. Oitava maior operadora de assistência médica do País, com 746 mil clientes, a Unimed-Rio registrou prejuízo de R$ 600 milhões no primeiro semestre de 2022 e tem atrasado o pagamento de hospitais e laboratórios.

O mercado e os beneficiários acompanham tudo com apreensão. O cenário não é otimista. O balanço financeiro do setor de Saúde Suplementar do terceiro trimestre deste ano, divulgado pela ANS, registrou resultado líquido negativo de R$ 2,5 bilhões no sertor. O prejuízo foi liderado pela Amil e pela Unimed-Rio. No mesmo período dos últimos quatro anos, o saldo setorial havia sido bastante positivo: R$ 6,4 bilhões em 2018; R$ 9,2 bilhões em 2019; R$ 15,9 bilhões em 2020; e R$ 3 bilhões em 2021.

SINISTROS A ANS observa dificuldades na obtenção de retorno na operação de planos de saúde desde o segundo trimestre de 2021. “Esses números indicam que praticamente 90% do arrecadado com os planos são gastos com assistência à saúde”, disse Jorge Aquino, diretor de normas e habilitação da ANS. A conta não tem fechado. A perspectiva é pior para a Unimed-Rio, que liderou os desembolsos com sinistros no terceiro trimestre. A sinistralidade (relação entre custos assistenciais e receitas) foi de 125%, a maior do setor. Mais dinheiro sai do que entra. Nos nove meses do ano, subiu a 112%, contra 83% do mesmo período de 2019. São 29 pontos percentuais a mais, maior aumento registrado pelo mercado. O setor como um todo fechou o terceiro trimestre em 93% na sinistralidade, já considerado alto.

Esse momento conturbado tem como pano de fundo uma relação que envolve uma família tradicional do



	OPERADORA	BENEFICIÁRIOS
1º	HAPVIDA	3.946,481
2º	BRADESCO SAÚDE	3.418,194
3º	NOTRE DAME INTERMÉDICA	3.324,829
4º	AMIL	2.707,674
5º	SULAMÉRICA	2.099,527
6º	CENTRAL NACIONAL UNIMED	1.913,361
7º	UNIMED BELO HORIZONTE	1.488,926
8º	UNIMED-RIO	742.313
9º	UNIMED SEGUROS SAÚDE	670.710
10º	UNIMED PORTO ALEGRE	645.136
	TOTAL	50.124,094



INTERVENÇÃO
ANS renovou o acompanhamento das contas e da administração da Unimed-Rio

ramo e empresas do setor. Sob condição de anonimato, um executivo do setor afirma que a Supermed, administradora de benefícios, estaria no centro desse imbróglio que envolveria certo "conflito de interesses". A empresa foi constituída em outubro de 2020, com capital de R$ 49,5 milhões. Nos bastidores comenta-se que, num primeiro momento, a Supermed adotou a tática de oferecer produtos com custo abaixo do mercado para engordar a carteira de associados da Unimed-Rio. O resultado disso é o exposto acima: com receitas mais baixas e sinistralidades altas, a última linha do balanço é inevitavelmente vermelha para a empresa fluminense.

MIGRAÇÃO Mais recentemente, em outra estratégia, a Supermed estaria atacando a própria base de conveniados da Unimed-Rio, ao estimular — com cartas e material de marketing — a migração dos beneficiários para a Vision Med (Golden Cross), que possui 220 mil inscritos. Coincidentemente ou não, dados da ANS mostram uma variação de associados muito próxima entre as duas operadoras de abril a setembro deste ano. A Unimed-Rio perdeu 14.999 assinantes, enquanto a Vision Med ganhou 14.230. São donos da Supermed Christian Afonso Bulus e Patrick Afonso Bulus. Eles são filhos de Alberto Bulus e Neide Bulus, filha do dono da Golden Cross. Há uma relação ainda mais antiga entre as empresas. Em 2013 a Unimed-Rio comprou a carteira de 160 mil clientes pessoa física da Golden Cross. Base que gerava prejuízo na Golden e seguiu gerando déficit na Unimed-Rio, segundo fontes do mercado.

A Unimed-Rio está no topo do ranking de reclamações da ANS. As queixas apontam principalmente para reajustes abusivos, que chegariam a até 133%, segundo apuração da Senacon (Secretaria Nacional do Consumidor), órgão do Ministério da Justiça, que oficiou a operadora a dar explicações. Neste momento, pairam dúvidas sobre a continuidade da operação da Unimed-Rio. O patrimônio líquido negativo — quando os valores das obrigações superam a soma de todos os ativos da empresa — deve bater a casa de R$ 1 bilhão. E sem a Unimed, o Fluminense foi campeão do Campeonato Estadual do Rio de Janeiro deste ano. S

"PASSAMOS POR PROFUNDO PROCESSO DE AJUSTES NAS CONTAS"

Sob comando do presidente **Romeu Scofano**, a Unimed-Rio afirmou, por nota, que o mercado de saúde suplementar sofreu graves impactos ao longo de 2022, afetando todos os players, principalmente aqueles que ainda oferecem planos individuais, já que esses produtos tiveram reajuste negativo em 2021. Segundo a empresa, o mercado no geral tem retomado de maneira expressiva os procedimentos que haviam ficado represados durante a pandemia de coronavírus.

Sobre os supostos reajustes abusivos dos planos, a cooperativa disse que segue os índices acordados em contrato e está dentro das práticas de mercado adotadas por todas as operadoras. "Como o setor é extremamente competitivo, não há espaço para aumentos acima dos praticados pelo mercado."

Acerca do quadro financeiro da companhia, a Umimed-Rio apontou — sem apontar o período a que se refere — que voltou a crescer e consolidou-se como uma das líderes do mercado carioca. Mas admitiu que "vem passando também por um profundo processo de ajuste em suas contas, que incluiu cortes de custos e a venda de ativos importantes, como a antiga sede da empresa". "Neste momento de crise de todo o setor, a cooperativa informa que está implementando planos de ação para manter os níveis de qualidade pelos quais sempre foi reconhecida", afirmou a empresa.

 | FOTOS: DIVULGAÇÃO



EMPRESA NATIVA DO COMÉRCIO ON-LINE AMPLIA ESTRATÉGIA E PASSA A INTEGRAR O MUNDO DE LOJAS FÍSICAS COM FRANQUIAS DE QUIOSQUES E SORTIMENTO FOCADO EM ACESSÓRIOS ELETRÔNICOS. O QUE EXPLICA ESSE CAMINHO INVERSO CADA VEZ MAIS COMUM NO VAREJO BRASILEIRO?

Lara SANT'ANNA

Submarino em terra firme

Navegando nas profundezas da internet nasceu o site Submarino, há 23 anos. Uma alegoria interessante em um meio on-line que se apropriou de termos relacionados aos exploradores e desbravadores de um novo mundo. Com o passar dos anos, o marketplace se consolidou como um dos principais do Brasil e depois da junção da B2W com a rede Lojas Americanas, em 2021, passou a integrar um grupo que nos primeiros nove meses de 2022 reportou receita líquida de R$ 18,8 bilhões, com empresas referências no varejo físico e digital. Em um novo movimento, fruto da maior associação com o universo Americanas S.A, o Submarino emergiu e busca criar raízes no mundo físico, com primeiro ponto inaugurado em Barueri, na região metropolitana de São Paulo.

O projeto de franquias de quiosques do Submarino é encabeçado pelo Grupo Uni. co, que desde abril de 2021 é integrante do universo Americanas. Ele é responsável por franquias famosas no Brasil, como Puket, Imaginarium e Casa MinD. Em um primeiro grande movimento desde a compra, surgiu o plano de transformar o tradicional marketplace em loja física, complementando a estratégia de crescimento do grupo, que ainda inclui dobrar de tamanho com as marcas com as quais já trabalha em um período de três a cinco anos. Atualmente são 418 lojas em operação.

Para o projeto do Submarino a estratégia foi segmentar, e a escolha foi pelos acessórios eletrônicos, como mouses, teclados e capinhas de celular. Isso de olho no mercado potencial, já que o Brasil tem 1,6 dispositivo portátil por pessoa, com 352 milhões de unidades, entre smartphones, notebooks e tablets, segundo levantamento da FGV. "Queremos explorar essa categoria, porque vemos uma oportunidade muito grande de mercado", disse o CEO do Grupo Uni. co, Wellington Santos. "Ele vai continuar crescendo nos próximos anos e não tem nenhum player atuando de forma consistente e relevante dentro desse segmento." Outro ponto foi o próprio reconhecimento de marca do Submarino, que já possui forte identificação com consumidores desse universo, de acordo com Santos. A estratégia também permite fortalecer a marca própria da Americanas S.A, a TMV, de acessórios eletrônicos. Ela será vendida nos quiosques ao lado de outras opções para o consumidor. As unidades terão entre 6m² e 9m², com sortimento de 700 produtos e investimento inicial de R$ 120 mil.

OMNICHANNEL Já não é de agora que ser omnicanal é o conceito da vez no varejo. Depois da expansão do e-commerce com a pandemia e o retorno do físico com a liberação do comércio, o setor passou a investir intensamente na integração de suas operações, tudo para atender um consumidor cada vez mais exigente e adepto a comodidade e imediatismo. Na visão de Marcelo Cherto, da Cherto Consultoria, essa necessidade de proporcionar mais possibilidades para o consumidor é um dos motivadores para que tantas lojas virtuais busquem o caminho para o mundo físico. "Não vejo mais possibilidade de você atuar em um canal só", disse.



CAPINHA E PELÍCULA
Quiosques do Submarino tem como foco a venda de acessórios eletrônicos

Nessa estratégia omnicanal do Submarino, a ideia de prateleira infinita já é projetada para o início de 2023. Nela, o consumidor pode adquirir os produtos do site pela loja, reduzindo a frustração de compra caso algo não seja encontrado no sortimento reservado para os quiosques. Além disso, movimentos já quase mandatórios, como comprar no site e retirar na loja e entregas mais rápidas estão no planejamento.

O número total de pontos previstos para esse projeto não foi divulgado, mas dado o propósito de dobrar de tamanho da Uni. co e o potencial que eles planejam para o Submarino, não serão poucas unidades. "Temos a intenção de ter presença nacional e, para algumas regiões, acreditamos em mirar para tamanho de loja maior", disse Santos. Na experiência de Cherto, para que o formato realmente seja viável, é preciso pensar em pelo menos 150 a 200 unidades para "começar a arranhar o mercado".

Seguindo um caminho cada vez mais comum no varejo, o movimento busca levar maior identificação aos consumidores, apostando em aproximação e experimentação. Além disso, a marca pode se beneficiar de um fenômeno quando surgem pontos físicos: o aumento de vendas virtuais.



"Temos a intenção de ter presença nacional e acreditamos em mirar para tamanho de loja maior"

WELLINGTON SANTOS
CEO DO UNI. CO

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Empresas altamente especializadas, como a Wolff, cuidam cada vez mais cedo da imagem dos atletas de alta performance

FUTEBOL NA ERA DO BRANDING

Edson ROSSI



De um lado, clubes bilionários e vencedores — como Flamengo e Palmeiras. De outro, times altamente endividados, quebrados ou desesperados para virar SAF (Sociedade Anônima do Futebol). De um lado, ligas estruturadas com premiações milionárias. De outro, torneios esvaziados e deficitários. De um lado, jogadores talentosos com imagem arranhada, desperdiçada ou destruída. De outro, atletas com carreiras administradas como marcas. O futebol moderno — este cujas regras vão completar 160 anos — vive seu maior turning point. E isso passa a exigir a presença de operações sofisticadas na gestão de torneios, das carreiras dos esportistas e das empresas que querem se vincular a uma audiência sempre gigantesca. "O mercado mudou e houve o desembarque de profissionais altamente qualificados", disse Fábio Wolff, da Wolff Sports, agência que é referência na área.

 | FOTOS: RICARDO MOREIRA/GETTY IMAGES VIA AFP | DIVULGAÇÃO

ENDRICK
Jogador do Palmeiras (à *esq.*) irá jogar no Real Madrid. Carreira administrada aos moldes de referências globais, como Rafael Nadal (tenista espanhol), Roger Federer (ex-tenista suíço) e Cristiano Ronaldo (futebolista português)

A empresa de Wolff tem em mãos cuidar da construção de imagem de uma das maiores revelações do futebol brasileiro em décadas, o atacante do Palmeiras Endrick. Jogador de 16 anos, na quinta-feira (15) foi anunciada sua venda ao clube mais vencedor do futebol mundial, o espanhol Real Madrid, por uma quantia que pode chegar a 70 milhões de euros (cerca de R$ 400 milhões). Para comparação, oficialmente Neymar custou bem menos ao Barcelona, em 2013: 57 milhões de euros — apesar de o site especializado Transfermarket citar o valor real na casa de 88 milhões de euros. O ex-santista, no entanto, já tinha 21 anos, cinco a mais que Endrick hoje. Para cuidar da imagem do jogador do Palmeiras, Wolff usará como benchmarking atletas de classe mundial, como Rafael Nadal, Roger Federer e Cristiano Ronaldo. "A estratégia é idêntica: ter poucos contratos, mas duradouros", disse.

E esse é um diferencial incomum. O plano é que Endrick tenha oito contratos com marcas de diferentes segmentos e um patrocinador esportivo, no caso, a Nike. O número restrito aumenta a conexão entre atleta e empresas, o que amplifica a performance de construção de imagem para os dois lados. A regra no mercado brasileiro, quando um jogador 'estoura', é a oposta: aceitar todo tipo de anunciante apenas para reforçar o caixa. Muitos produtos pegam essa carona oportunista e o patrocinado mal cria identificação com as marcas. Isso muda completamente com atletas de primeríssima linha. No caso do tenista espanhol Nadal, recordista em torneios de Grand Slam (22), do ex-tenista suíço Federer, um dos maiores do esporte em todos os tempos, e do futebolista português Cristiano Ronaldo, os contratos são de longo prazo.

Para a carreira de Endrick, já são dois, além da Nike. A rede de saúde bucal Odonto Company e o fantasy game Rei do Pitaco. Os dois têm três anos de duração. "Para um jogador de futebol, o da Odonto Company foi o contrato mais precoce da história", disse Wolff. "E todos os patrocínios terão seu próprio storytelling." O atleta, como é comum à maioria dos jogadores de futebol do Brasil, tem origem extremamente pobre. Nascido em Taguatinga (DF), foi apresentado a vários times grandes. O Palmeiras acabou levando porque ofereceu um emprego no serviço de limpeza do clube ao pai do então menino de 10 anos. Num almoço no refeitório da equipe, notaram que seu pai comia longe de todos. Por vergonha, já que tinha um grave problema nos dentes. "Juntar essa história pessoal com a marca Odonto Company leva para a relação comercial algo muito maior."

MARCAS Adalberto Leister Filho é diretor de Conteúdo da agência Máquina do Esporte, think tank do setor esportivo. Para ele, com o atleta indo para o Real Madrid — o que deve acontecer apenas em 2024, quando completar 18 anos —, os futuros parceiros comerciais tendem a ser grifes de abrangência global. Até porque virá desse tipo de relação o rendimento dos superatletas. "Cada vez mais eles farão dinheiro vinculado a marcas e menos ao salário dos próprios clubes", afirmou.

Wolff concorda. E nesse caminho é um dos pioneiros. Há 20 anos, concluiu o mestrado em mercado do futebol na Universidade de Liverpool. De volta ao Brasil, criou em 2006 a Wolff Sports, agência de marketing esportivo que mais fecha contratos no País. Nela, a gestão de imagem de atletas é braço recente. Há outras três frentes, divididas em plataformas de negócios. Na primeira, ele faz o trabalho que chama de taylor made. Entende o que uma marca busca ao querer se vincular ao mundo esportivo e decide para ela a melhor estratégia, o melhor caminho. Na segunda plataforma, faz aquisição de direitos em si — de um torneio até a publicidade num estádio. A terceira frente são os eventos próprios, como a Ladies Cup (futebol feminino) e o Praia de Paulista (beach tennis). A operação de gestão de imagem de atletas é o quarto segmento. "E nele fazemos o business plan e um planejamento estratégico." Como cabe a qualquer produto. Como cabe a qualquer atleta moderno. **S**

"Nossa estratégia para o Endrick é ter poucos, e duradouros, contratos. E todos com seu próprio storytelling"

FÁBIO WOLFF
WOLFF SPORTS





EM MANAUS
Na moto, o CEO global da Royal Enfield, B. Govindarajanft com funcionários da fábrica da Dafra. No destaque, o CEO no Brasil, Cláudio Giusti

ÍNDIA DESCOBRE O MOTOCICLISTA BRASILEIRO

Após a Royal Enfield iniciar produção na Zona Franca de Manaus, a conterrânea Bajaj, terceira maior do setor no mundo, anuncia operação na mesma fábrica

Eduardo VIOTTI

Dezembro de 2022 entrará para a história da indústria de motocicletas no Brasil como o mês em que duas fabricantes indianas anunciaram novidades que poderão mudar o mercado. Primeiro foi a marca de origem britânica Royal Enfield, hoje sediada na Índia. Ela chegou ao País discretamente em 2017 com a importação de apenas 317 unidades. Fechará este ano com 8.454 motos vendidas e parte de sua produção na Zona Franca de Manaus, conforme anúncio feito na capital amazonense no início do mês. Uma semana depois, na quarta-feira (14), a conterrânea Bajaj, terceira maior montadora de motocicletas do mundo, anunciou oficialmente o início de suas operações diretas no Brasil. Uma curiosidade: ambas dividirão a planta da Dafra, braço industrial do Grupo Itavema, um dos maiores revendedores automotivos do País. A Dafra também presta serviços de montagem em linha de produção industrial para as marcas Ducati (italiana, vinculada ao Grupo VW), KTM (austríaca) e produz com marca própria motos e scooters da também indiana TVS e da chinesa Sym, de Taiwan.

 FOTOS: DIVULGAÇÃO


A EVOLUÇÃO DAS VENDAS DA ROYAL ENFIELD NO BRASIL

ANO:	UNIDADES:
2017	317
2018	522
2019	1.445
2020	2.404
2021	6.539
2022	8.545

A montagem das motos Royal Enfield mobilizará cerca de 250 funcionários, todos vinculados à Dafra. Para isso, houve investimentos de US$ 1,2 milhão da empresa indiana em ferramental, maquinários e instalações. O valor foi revelado pelo CEO da marca anglo-indiana, B. Govindarajan. Segundo ele, a capacidade instalada é de 15 mil unidades anuais. Dois modelos de 650 cm3 foram escolhidos para iniciar a operação brasileira: Interceptor e Continental. Motocicletas de maior cilindrada têm mais facilidade para usufruir das benesses fiscais que tornam o Polo Industrial de Manaus atraente. O modelo de fabricação adotado pela Royal Enfield no Brasil, inicialmente, é o CKD (sigla em inglês para Complete Knocked Down), em que as motos chegam da Índia totalmente desmontadas, mas completas. O índice de nacionalização é mínimo e deve começar por componentes como pneus e baterias.

A linha de montagem da Royal Enfield inaugurada em Manaus é a quarta da marca fora da Índia. Plantas na Tailândia, na Colômbia e na Argentina completam o parque internacional da montadora, que tem o Brasil como segundo maior mercado em vendas, atrás apenas do indiano. "Nossas vendas cresceram mais de 100% no Brasil em 2021", disse Govindarajan. Naquele ano, foram vendidas 6.539 unidades da marca, contra 2.404 em 2020. O market share, que era de 2%, avançou para 4% no período. Este ano, chegou a 6%.

Nascida na Inglaterra, a Royal Enfield integra hoje o Grupo Eicher, que também produz caminhões e ônibus em joint-venture com a sueca Volvo. O CEO da Royal Enfield no País, Cláudio Giusti, já nomeou 21 concessionários. Segundo ele, a parceria com a Dafra é temporária, pois está nos planos da Royal Enfield ter a sua própria planta produtiva em Manaus em futuro próximo, que Giusti não quer antecipar com exatidão, afirmando que a instalação própria chega "em médio prazo".

LIDERANÇA A Royal Enfield é líder mundial no segmento de motocicletas médias (entre 350 e 650 cm3 de cilindrada), e aposta em um estilo de motociclismo e de pilotagem que chama de "moto purismo". Suas motos não são dotadas de tecnologias eletrônicas de ponta, como luzes em LED e computadores de bordo, mas oferecem uma ajustada relação custo-benefício. Além das já citadas Interceptor e Continental GT, a linha disponível no Brasil inclui a Meteor 350, uma pequena custom, e a recém-lançada Classic 350, que lembra um modelo dos anos 1960. Completa o portfólio a Himalayan, de uso misto, com motor de 411 cm3 e apelo aventureiro, com possibilidades de incursões fora de estrada. A próxima motocicleta da marca a chegar ao mercado brasileiro deve ser a Scram 411, versão da Himalayan com menos vocação para a terra e mais adequada para uso no asfalto.

Os modelos de 350 cc integram o projeto J da marca anglo-indiana, que prevê o lançamento de uma série de versões a partir do mesmo motor monocilíndrico, de projeto moderno. Dessa série, a próxima a chegar ao Brasil é a Hunter 350, modelo de entrada na marca vendido a preços extremamente competitivos em mercados externos. Deve chegar ao Brasil por cerca de R$ 20 mil. S



MODELO DE ENTRADA A Dominar 160 será vendida no Brasil a R$ 18.680. A versão de 400 cc chega por R$ 24.200

COMO A BAJAJ QUER DOMINAR O MERCADO

A indiana Bajaj também está de olho no mercado brasileiro. O início de suas operações diretas no Brasil inclui a fabricação, pela Dafra, de três modelos da família Dominar: de 160, 200 e 400 cm3. O diretor-executivo da empresa, Rakesh Sharma, não quis revelar o montante investido para a instalação no País, afirmando apenas que a empresa goza de boa saúde financeira e que os investimentos necessários serão feitos para a conquista de crescentes fatias do mercado. A operação de vendas começa com cinco concessionárias situadas dentro de um raio de 100 quilômetros da cidade de São Paulo: há duas lojas na capital paulista (zonas Sul e Oeste), uma em Santo André, uma em Jundiaí e uma em Campinas. Com o início das vendas no Brasil, a Bajaj opera em quase todos os países da América Latina, com a única exceção da Venezuela. Waldyr Ferreira, country manager da Bajaj do Brasil, afirmou que mais quatro estão em fase de credenciamento, para Salvador, Brasília, Florianópolis e Rio de Janeiro. Os modelos que estão à venda têm preços entre R$ 18.680 e R$ 24.200, já com o frete. A garantia é de três anos.





ALOK, DJ, EMPRESÁRIO, G

APÓS SER ABATIDO POR UMA DEPRESSÃO, O ARTISTA INVESTE NO SOCIAL COM SEU INSTITUTO QUE COMPLETA DOIS ANOS E R$ 10 MILHÕES EXECUTADOS

Lana PINHEIRO

Há quase dez anos, o então já consagrado maior DJ do Brasil, Alok, enfrentou um problema que afeta mais de 10 milhões de pessoas somente no Brasil: a depressão. Como muitos que sofrem dessa doença invisível e cheia de tabus, ele não tinha do que reclamar. Sua carreira estava em ascensão. Sua música era um sucesso. E ele, bastante popular. Mas os sintomas apareceram. De maneira muito particular, o caminho que encontrou para lidar com a situação foi se dedicar a causas sociais. O que era uma iniciativa pontual, há exatos dois anos, em dezembro de 2020, ganhou governança e se transformou no Instituto Alok. "O projeto nasceu de um vazio imenso", afirmou o DJ à DINHEIRO. Ele destinou R$ 27,5 milhões de sua fortuna pessoal para a iniciativa.

Do recurso inicial, R$ 10,6 milhões já foram aplicados, impactando 214.950 pessoas diretamente. Os programas são divididos em quatro frentes: empreendedorismo, gastronomia social, desenvolvimento humano e povos indígenas. Um detalhe interessante dessa história é que foi justamente de uma visita a uma aldeia, mais especificamente a de Yawanawá, no Acre, que esse novo capítulo começou. "No meio da depressão, fui buscar inspiração para o trabalho e encontrei uma conexão com o sagrado", disse Alok. A música dos povos originários foi o vetor da mudança. "Enquanto eu tocava para ficar entre os top 10, eles cantavam para curar pessoas."

Com o gatilho dado, Alok foi para a África em uma missão com a Fraternidade sem Fronteiras. Enxergou a pobreza de perto. De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), 34% das famílias africanas vivem abaixo da linha de pobreza, de US$ 1,90 por dia per capita. Entre elas estava uma africana que Alok conheceu. "Ali questionei a presença de Deus, mas a conexão com o sagrado daquela senhora me surpreendeu", disse. "Descobri que Deus não tinha nada a ver com aquilo. Foram os homens que a abandoram." Assim, os trabalhos voluntários e a filantropia entraram de vez na vida do DJ.

A nova virada aconteceu quando, no início de 2020, foi convidado para uma parceria com o jogo Free Fire. Seu personagem, que tem o superpoder da cura, logo se tornou o mais popular.





EXPERIÊNCIA
Alok em visitas à Africa e aldeias indígenas

GAMER E FILANTROPO

O resultado foi um pagamento acima das expectativas "Ao receber os R$ 27,5 milhões, decidi criar o Instituto para dar mais governança aos projetos e ao recurso, que doei integralmente."

GOVERNANÇA Para tocar a empreitada, ele convidou Devam Bhaskar, que assumiu a gestão como diretor-executivo. Alok é o presidente do Conselho. Juntos, acabaram de voltar da COP-27, realizada no Egito, onde lançaram o Fundo Ancestrais do Futuro que tem como finalidade financiar produção de cinema, música e games protagonizada por indígenas. "Os povos originários sempre tiveram suas histórias contadas por terceiros. Com o Ancestrais do Futuro queremos dar a eles o protagonismo da própria narrativa", disse Alok. Outro pilar, segundo Bhaskar, é financiar projetos de tecnologia que tragam maior bem-estar para as aldeias. "Isso vai desde energia solar até uso de tecnologia para prevenir queimadas e invasões", afirmou o executivo.

Lançada a iniciativa, o Instituto está em busca de parcerias. As primeiras já foram fechadas com o Pacto Global da ONU e com o Impact Bank, banco nacional de caráter social. Agora, afirmou Bhaskar, a tarefa é ampliar o leque para compor os recursos. "O fundo é um convite para que empresas, pessoas físicas e agentes da sociedade civil se conectem com a ancestralidade." O instrumento financeiro está em construção, mas a expectativa é alcançar R$ 7 milhões para que o primeiro edital seja lançado ainda no início de 2023. Daí em diante, ele deve ser contínuo. "Queremos produzir materiais de qualidade criados e executados pelos indígenas e, quem sabe, chegar à Netflix", afirmou o diretor-executivo do Instituto.

Nos processos de parceria, o Instituto entra com três ativos. O primeiro é a gestão dos recursos, sejam eles em espécie ou doação de produtos. O outro é a inteligência, curadoria dos projetos que serão beneficiados. E, finalmente, o próprio Alok, que usa seu poder de reverberação para potencializar a comunicação da marca parceira em suas redes. Tudo isso em uma estrutura enxuta em que a ideia é ganhar escala por meio de iniciativas próprias ou financiamento a projetos já estruturados no Brasil, Índia ou África.

A maneira de lidar com a depressão é individual e muitas vezes requer ajuda. No caso de Alok, por uma situação particular, o caminho foi diferente: ele ajudou para ser ajudado. Com capital, inclusão e muito ritmo. S

INVESTIMENTO & IMPACTO

Desde que foi criado em 2020, com recursos próprios do DJ, o Instituto Alok destinou recursos para as frentes de empreendedorismo, gastronomia social, desenvolvimento humano e povos indígenas

R$ 27,5 milhões de investimento inicial do Instituto Alok

R$ 10,6 milhões de recursos aplicados em dois anos

214.950 pessoas impactadas diretamente

117.240 pessoas impactadas indiretamente

NUVEM HÍBRIDA É OPÇÃO PARA 83% DAS EMPRESAS BRASILEIRAS



Nova pesquisa global da IBM revelou que 83% dos líderes empresariais e de TI no Brasil adotaram uma abordagem de nuvem híbrida que pode ajudar a impulsionar a transformação digital. O porcentual supera a média global (77%). A solução é uma das principais alternativas de cibersegurança, por conta da pluralidade de armazenamento de dados. Apesar dessas percepções, a maioria das organizações no País luta com a complexidade de fazer com que todos os seus ambientes de cloud funcionem em conjunto: apenas 27% dos entrevistados gerenciam ambientes de nuvem híbrida de forma holística – para os demais, podem ser criados pontos cegos colocando os dados em risco. "Diante desse cenário é chave buscar um gerenciamento desse ambiente híbrido de forma mais integrada e, assim, evitar possíveis riscos em relação à segurança da informação e do incremento de custos", disse à DINHEIRO Rodrigo Ganimi, líder de Serviços de Nuvem Híbrida de IBM Consulting na América Latina.

CHINESAS FECHAM ACORDO SOBRE PATENTES



A Huawei (gigante chinesa de tecnologia) e a Oppo (player igualmente poderoso no campo dos smartphones) anunciaram acordo de licenciamento cruzado de patentes globais. Ele abrange propriedades essenciais de padrão celular, incluindo 5G. Na prática, significa o compartilhamento de tecnologia de empresas que são rivais em parte do portfólio. "Isso demonstra claramente que as duas marcas reconhecem e respeitam muito o valor da propriedade intelectual uma da outra. É um acordo vantajoso para ambos os lados", disse Adler Feng, diretor de Propriedade Intelectual da Oppo.



REDES SOCIAIS NO MUNDO*

35 bilhões de downloads de apps, tanto na Google Play como na App Store (Apple)

5 apps mais baixados mundo**
(em milhões)

App	Downloads
TikTok	180
Instagram	170
Facebook	165
WhatsApp	130
Snapchat	105

*1º SEMESTRE DE 2022
**NÚMEROS APROXIMADOS
Fonte: Sensor Tower Data Digest Q2 2022



A PROTEÇÃO **INVASIVA DA APPLE**

Já há algum tempo que a Apple vem falando de medidas para prevenir a difusão de conteúdo ilegal e de abuso infantil nos seus aparelhos, o que é bom. O que não é bom é a forma como a companhia pretende realizar isso. A empresa está prestes a lançar algumas dessas funções, que incluem escanear todas as fotos dos iPhones e talvez até textos por conteúdos classificados pela companhia como ilegais ou de abuso infantil. Caso encontre, por algoritmo, algum conteúdo que possa estar nesse tipo de classificação, a foto ou texto será enviado a um revisor humano para a decisão final. O problema da medida está em seu formato invasivo – o que para os críticos viola a privacidade de todos os usuários – e as possibilidades de falhas de segurança que envolvem todo o processo.





STEVE JOBS *(1955-2011)*
COFUNDADOR E EX-CEO DA APPLE

"SEMPRE FUI ATRAÍDO PELAS MUDANÇAS MAIS REVOLUCIONÁRIAS. EU NÃO SEI POR QUÊ. PORQUE ELAS SÃO MAIS DIFÍCEIS. SÃO MUITO MAIS ESTRESSANTES EMOCIONALMENTE E VOCÊ GERALMENTE PASSA POR UM PERÍODO EM QUE TODOS DIZEM QUE VOCÊ FALHOU COMPLETAMENTE"

CAO, A NOVA SIGLA DO C-LEVEL



Hoje há tantas siglas para diretores que ficamos perdidos. Temos CEOs na principal cadeira, os CTOs e CIOs na tecnologia, os CMOs no marketing, os COOs nas operações... A nova do pedaço são os CAOs, ou diretor de automação (Chief Automation Officer em inglês), um cargo que busca englobar os processos de inteligência artificial e automação nas empresas e indústrias do mundo. A automação ficou tão grande e tão importante para o mercado no geral que saiu debaixo da asa da tecnologia e ganhou seu próprio espaço. O profissional deverá ser alguém que pode contribuir com a melhora das rotinas de operações no local de trabalho e como isso pode ajudar a aperfeiçoar o cotidiano do relacionamento com o cliente até os procedimentos em máquinas. Mais uma oportunidade de carreira criada pela tecnologia, a realidade mais pura do século.

CHINA INCORPORADA



Oppo chega ao Brasil com aparelhos focados no custo-benefício e ambição de ser player decisivo do mercado de smartphones

Victor MARQUES

Por muito tempo no Brasil, a associação entre produtos chineses e a baixa qualidade era muito comum. O que chegava por aqui eram bugigangas vendidas em lojas de R$ 1,99. Isso mudou. E muito. Em especial nos produtos de maior valor agregado. No mercado de smartphones, marcas da China representam hoje um a cada três aparelhos comercializados no País – Motorola/Lenovo (20,01%), Xiaomi (12,54%), mais as participações residuais de Realme (0,23%) e Huawei





A77
Modelo de entrada trazido pela marca chinesa une custo baixo com grande qualidade , em sistema operacional android (R$ 2.499)

(0,16%) —, segundo dados do Globalstats Counter de novembro de 2022. Agora outro player de peso aposta suas fichas por aqui, a Oppo. "Notamos que, a cada ano, muitas pessoas adiquiriam nossos smartphones por meio de agentes de compras ou de transações internacionais", afirmou à DINHEIRO Jim Zhang, CEO da Oppo no Brasil. "Agora nosso objetivo é crescer e ampliar a participação no mercado brasileiro."

A marca, no entanto, ainda é uma desconhecida da maioria dos brasileiros. No período entre 4 e 10 de dezembro, para cada 77 buscas relacionadas ao iPhone ou 63 para celulares Samsung, no Google, havia uma para a Oppo. Globalmente o cenário é totalmente distinto. De acordo com a Counterpoint Research, o mercado mundial movimentou US$ 448 bilhões em 2021, o maior volume da história. Na ponta, a Apple/iPhone mordeu US$ 196 bilhões, com Samsung em segundo (US$ 72 bilhões) e a Oppo em terceiro (US$ 37 bilhões), pouco à frente da Xiaomi (US$ 36 bilhões). Na Ásia, o portfólio da companhia é conhecido e posicionado no tripé alta tecnologia, moda e juventude, tendo como público-alvo jovens entre 15 e 35 anos, que adoram tirar fotos, gravar vídeos, socializar e compartilhar. Aqui não deverá ser diferente. A linha de ataque será a Reno, cujo número de usuários globais passa dos 70 milhões. "Com o aumento da popularidade desse modelo, decidimos lançar a marca no Brasil trazendo a nova versão da linha", disse Zhang.

Segundo o executivo da Oppo para o Brasil, a marca passou muitos anos observando e estudando o mercado nacional para entender o momento certo de atuar. "Há complexidade e características únicas no ambiente comercial", afirmou. A maior dificuldade está no gap comportamental entre os países. "Estamos lidando com diferenças culturais entre oriente e ocidente." Para reduzir essa distância, a empresa está trabalhando com times locais e também treinando o time na China sobre a linguagem e a cultura local. O objetivo é entender o melhor possível os clientes e as necessidades de diferentes perfis de consumidores, para trazer os produtos mais indicados para as mais variadas vontades do público.

Por ora, aqui teremos dois modelos, o A77 (R$ 2.499) e o Reno7 (R$ 2.999). A ideia é seguir nesse trabalho de chegada passo a passo, percebendo as preferências do consumidor local e apresentando novidades conforme a recepção do público ao que já está disponível. "Queremos trazer novos produtos para atender cenários de uso rotineiros, como tirar fotos e carregar a bateria." A venda dos aparelhos é feita virtualmente pela Amazon ou fisicamente nas lojas da Vivo. "Isso nos garante uma ótima exposição", disse Zhang, certo de que a marca cairá no gosto do brasileiro. S



CASA LA PASTINA REÚNE SABORES DO MUNDO PARA O CORAÇÃO DOS JARDINS

A comemoração de 75 anos do grupo La Pastina presenteou os amantes da boa mesa com uma loja conceito da marca. Recém-inaugurada na Rua Oscar Freire, endereço de grifes de luxo nos Jardins, em São Paulo, a Casa La Pastina combina empório, café, padaria e uma filial do restaurante Enosteria, que tem como base a culinária italiana a cargo de Douglas Benatti, também chef da matriz, na Vila Nova Conceição. O cardápio traz sugestões de harmonização para cada prato com rótulos de estilos e preços distintos. A seleção foi feita por Juliana La Pastina, presidente do grupo que leva o sobrenome da família e que inclui a importadora World Wine, também representada na carta e nas prateiras da loja. Há vinhos do mundo todo, frios, queijos, massas, condimentos e, claro, panetones. "A Casa é uma oportunidade de reunir e apresentar nosso portfólio através de experiências para o consumidor desde o café da manhã até o jantar com um excelente vinho", afirmou Juliana, que investiu R$ 8 milhões na primeira loja física da marca La Pastina. Segundo ela, a venda de kits temáticos tem sido uma grata surpresa desde a inauguração. A ideia é abrir outras casas em breve pelo Brasil.

"A Casa é uma oportunidade de reunir e apresentar nosso portfólio através de experiências"

JULIANA LA PASTINA
PRESIDENTE DO GRUPO LA PASTINA





BEBIDA

O OURO DA MAISON MARTELL

Considerado a quintessência dos conhaques da tradicional marca francesa fundada em 1715, o raro L'Or é uma bebida que merece ser degustada gota a gota em ocasiões muito especiais. Ele é acondicionado em um decanter de 700 ml esculpido em cristal de Sévres. O líquido fica protegido em um nicho central em forma de gota. O efeito visual é valorizado por detalhes em ouro. Uma vez aberta, exala notas cítricas de bergamota e casca de laranja que se somam a toques de baunilha e canela, em uma expressão intensa de aromas. Na boca, é sedoso e suave como poucos. O preço sugerido é R$ 23.999,90 e pode ser encontrado no site drinksandclubs.com.br.



"O presente de Natal é você, quando consegue comportar-se como verdadeiro amigo e irmão de qualquer ser humano"

PAPA FRANCISCO

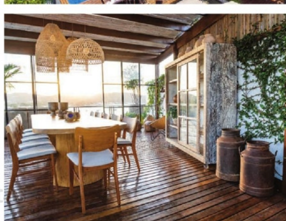
 FOTOS: CLAUS LEHMANN I DIVULGAÇÃO

RELÓGIO

HOMENAGEM
AO PASSADO

Inventada em 1655 a pedido do papa Alexandre VII, a "complicação das horas errantes" é um artifício da relojoaria que consiste em exibir no mostrador um sistema de satélites que gravitam ao longo de uma escala de minutos disposta em forma de arco. Depois de séculos em desuso, esse sistema foi redescoberto e reintroduzido pela Audemars Piguet em 1991. Batizado de Starwheel, o mecanismo incomum equipou muitos modelos da marca até o início dos anos 2000. Agora ele volta na coleção Code 11.59 by Audemars Piguet, em um modelo que combina cerâmica preta com ouro branco 18 quilates em um design ultracontemporâneo. Preço só sob consulta.





CARRO

FORD GT Mk IV CUSTA **US$ 1,7 MILHÃO**

O ano em que a Ford venceu pela primeira vez as 24 Horas de Le Mans, 1967, é o ponto de partida para a nova edição do modelo GT Mk IV. Apenas 67 unidades serão construídas artesanalmente nas instalações da Multimatic em Ontário, no Canadá. Um motor biturbo especialmente projetado fornece mais de 800 cavalos. O câmbio é de competição e a carroceria feita em fibra de carbono. O preço parte de US$ 1,7 milhão e os interessados podem se inscrever pelo site ford.com/performance/gt/mk-iv. O anúncio dos clientes selecionados será feito no primeiro trimestre de 2023, quando terão início as entregas. O carro original foi bicampeão das 24 Horas de Le Mans em 1968 e tricampeão em 1969.



POUSADA

A MAGIA DE BÚZIOS
VISTA DE CIMA

Funcionando desde 1974, quando Búzios começou a se tornar um badalado destino internacional, a charmosa Abracadabra Pousada fica no alto do Morro Humaitá, com vistas da praia da Armação e da Orla Brigitte Bardot. Com o tempo, ganhou uma piscina com borda infinita de frente para o mar e um deck com pufes, espreguiçadeiras e gazebos para acomodar os hóspedes. Agora, a vista incrível da pousada pode ser apreciada também do Rooftop by Místico Restaurant, uma área com mesa exclusiva para até 12 pessoas. A cozinha é comandada pelo chef chileno Felix Sanchez, que mistura receitas mediterrâneas com ingredientes brasileiros. Informações e reservas: abracadabrapousada.com.br.

TRATAMENTO VIP NO MAIOR DOS NAVIOS

PARA POUCOS O ambiente é formado pelo lounge e restaurante que atendem apenas os hóspedes do Yacht Club. Na página ao lado, detalhes da Owner's Suite e da piscina privativa

Além de espaçosas cabines de luxo, o Yacht Club do MSC Seashore oferece concierge e mordomo 24 horas, restaurante panorâmico, lounge e piscina exclusiva para quem exige privacidade

Celso MASSON

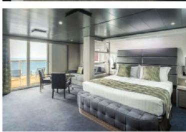
Inaugurado oficialmente no sábado (10) para a temporada brasileira de cruzeiros 2022/23 em uma cerimônia para hóspedes e convidados no porto de Santos (SP), o MSC Seashore é o maior e mais moderno navio a navegar pelas águas do País. Mede 339 metros de comprimento, o que supera 3,3 campos de futebol alinhados. Seus 19 andares comportam 13 mil m² de áreas externas destinadas ao relaxamento, lazer e entretenimento. São seis piscinas, nove restaurantes e 18 bares, além de um teatro para 1,2 mil espectadores. Com 2.270 cabines, acomoda até 5.877 passageiros.

Para muita gente, a ideia de permanecer apenas alguns dias em um navio onde há tantas pessoas a bordo pode não corresponder a uma viagem de sonhos. E foi justamente pensando em quem exige maior privacidade que a MSC criou o conceito Yacht Club em suas embarcações de cruzeiro. Trata-se de uma ala VIP onde as instalações e os serviços foram pensados para quem busca exclusividade em qualquer situação. As regalias vão da prioridade no embarque e desembarque a mordomo e serviço de concierge 24 horas. As piscinas são exclusivas, assim como o restaurante panorâmico e o lounge com vista de toda a proa. Os pacotes de internet e de bebidas ilimitadas estão incluídos, assim como o acesso à área termal do MSC Aurea Spa — no caso do Seashore, o ambiente dedicado ao bem-estar e relaxamento tem inspiração balinesa, com diversas opções de tratamentos corporais e faciais que usam técnicas ancestrais da Indonésia.

Se tudo no Seashore é superlativo, o mesmo vale para o Yacht Club, o maior e mais luxuoso da frota, com 3 mil m² distribuídos em quatro andares, inlcuindo duas novas Owner's Suites. Ambas











O Yacht Club é uma experiência de viagem premium. Como um iate particular com todas as comodidades de um cruzeiro"

ADRIAN URSILLI
DIRETOR-GERAL DA MSC NO BRASIL



são mobiliadas com sala de jantar e estar, closet, escritório e varanda que inclui hidromassagem e espreguiçadeiras. Desenhadas pelo escritório de arquitetura genovês De Jorio Design International, cada suíte oferece uma variedade de recursos que elevam o padrão de luxo a bordo. Os lençóis são de algodão egípcio e é possível escolher entre uma ampla variedade de travesseiros. "O Yacht Club é uma experiência de viagem premium", afirmou o diretor-geral da MSC no Brasil, Adrian Ursilli. "É como navegar em seu iate privativo, mas com todas as comodidades de um navio de cruzeiro." Para quem se torna membro dessa classe especial, o café da manhã, o almoço e o jantar são servidos em um restaurante dedicado, com menus à la carte. Além disso, o Top Sail Lounge e a piscina The One Pool têm áreas próprias para refeições com opções de lanches servidos em bufê ao longo do dia.

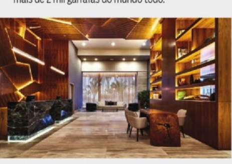
COMPRAS Até as compras nas lojas do navio podem feitas de forma personalizada para quem se hospeda no Yacht Club. Nos corredores há vitrines com itens de grifes de alto padrão que funcionam como showroom para quem deseja comprar bolsas, óculos, joias e relógios. Os hóspedes podem reservar horários fora do funcionamento das lojas para realizar compras privativas — ou aproveitar uma visita exclusiva da joalheria na própria suíte. Evidentemente, tudo isso tem um custo adicional, mas ele não chega a ser exorbitante. Um cruzeiro de sete noites de Santos (SP) a Maceió, com paradas em Salvador e Búzios parte de R$ 11.049,00 por pessoa, com taxas inclusas, se a acomodação for na Suíte Deluxe.

"Nesta temporada a MSC realizará 132 viagens pelo Brasil, com uma oferta total de quase 200 mil cabines, 68% a mais que na de 2019/20", disse Ursilli. "Já lançamos a temporada 2023/24, na qual aumentaremos em mais 7% o total de cabines ofertadas". Segundo ele, isso comprova o empenho em continuar oferecendo oportunidades de negócios para todo o setor do turismo. S

PARA QUEM VAI SE HOSPEDAR EM SANTOS

A temporada de cruzeiros da MSC neste verão brasileiro permite embarques em cinco portos: Itajaí (SC), Maceió (AL), Rio de Janeiro (RJ), Salvador (BA) e Santos (SP). Como nem sempre os horários de entrada e saída dos navios contemplam as necessidades de passageiros que se deslocam de outras localidades, é sempre bom planejar o momento de check-in. Para quem deseja passar pelo menos uma noite na Baixada Santista, a melhor opção de hospedagem é o Sheraton Santos. Inaugurado em 2018, é o primeiro hotel internacional cinco estrelas da cidade. São 212 quartos, 15 suítes executivas, uma suíte presidencial (com diárias a partir de R$ 3.639), salas de jogos para crianças e piscina coberta com lobby bar.

Embora não fique à beira-mar, a propriedade faz parte do maior empreendimento multiuso do Litoral Paulista, o Praiamar Corporate, que inclui um edifício residencial, outro de escritórios e um shopping center. O café da manhã é servido no restaurante O Lagar, que tem uma saleta privativa para grupos fechados e atende não hóspedes para o almoço e jantar. Sob comando do chef Vinicius Balbueno, serve pratos com influência da culinária portuguesa, caso das receitas de bacalhau e de polvo, e possui adega com mais de 2 mil garrafas do mundo todo.





O MUNDO ROSA DA CHARTH

Grife que nasceu nas redes sociais e conquistou fashionistas abre lojas físicas e cresce 70% em 2022

Lara SANT'ANNA

O DNA é rosa e fluído, as roupas são usadas por influenciadores e artistas e a presença é marcante nas redes sociais. Criada em 2016 na mesa da cozinha da advogada mineira Nastácia Schacht, que até então trabalhava no Tribunal de Contas de Minas Gerais, a grife desfilou este ano na Bienal de São Paulo, ganhou projeção em editoriais de moda e no gosto de fashionistas e abriu duas lojas físicas. Com todo esse movimento, a marca prevê fechar o ano com crescimento de 70% sobre 2021. E o plano é dobrar de tamanho em 2023.

Aposta de Nastácia no empreendedorismo, a Charth nasceu com investimento inicial em torno de R$ 60 mil. O financiamento foi do marido, Diego Faria, que hoje divide o comando da empresa com a esposa. Apenas dez peças marcaram o lançamento da marca, que tinha no Instagram sua única vitrine. No conceito, duas características centrais: a cor rosa e o lema "buy now, use and love forever" (compre agora, use e ame para sempre). Favorita da criadora, a cor rosa sempre esteve presente nas peças e hoje é tendência no mundo da moda com o Barbie core. Nas coleções, todas assinadas por Nastácia, prevalece a ideia de uma moda atemporal. "A Charth é minha alma estampada dentro da empresa e ela acompanha muito como eu vou amadurecendo como mulher também", afirmou a empresária e estilista. O resultado são peças versáteis e sem data de validade. Nos cabides, modelos com poucas estampas mas com cortes ousados, brilhos e cores fortes como verde, azul e laranja.



TUDO ROSA Cor da marca, o rosa foi desfilado por Izabel Goulart (*esq.*) na última coleção e determina o ambiente das lojas

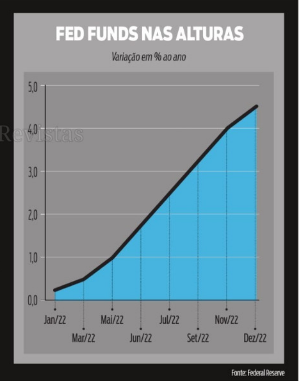
CIDADE JARDIM Em seu curto e intenso processo de crescimento, a Charth transcendeu os limites do e-commerce para chegar a pontos de venda físicos. Em setembro deste ano foi inaugurada a primeira loja, em Belo Horizonte, cidade onde está a fábrica e o showroom. Outra loja será aberta terça-feira (20), em São Paulo, principal mercado para a marca. A unidade no Shopping Cidade Jardim contempla uma estratégia que prevê mais visibilidade e contato mais próximo com os clientes. A projeção é que cada uma das lojas represente 15% do faturamento em 2023, além de aumentar as vendas on-line ao inserir mais clientes no universo da marca. "O objetivo maior das lojas não é tanto pautado em venda, é mais um posicionamento de marca, de estar consolidada em um shopping que tem relevância", disse Nastácia.

INFLAÇÃO NOS EUA AVANÇA 7,1%

Os Estados Unidos reportaram uma inflação de 7,1% no acumulado de 12 meses até novembro, mostra o Consumer Price Index (CPI) divulgado na terça-feira (13) pelo Bureau of Labor Statistics. Foi o menor crescimento inflacionário desde o final de dezembro de 2021. Em novembro, a inflação americana subiu 0,1% contra alta de 0,4% em outubro. Os preços dos combustíveis subiram 1,7% e tiveram a maior alta do indicador em novembro. Do outro lado, os preços do gás recuaram 3,5%. O índice de todos os itens menos alimentos e energia subiu 6,0% nos últimos 12 meses. O índice de energia aumentou 13,1% nos últimos 12 meses, e o de alimentos aumentou 10,6% em relação ao ano passado, de acordo com os indicadores oficiais.

FED ELEVA JUROS EM RITMO MENOR

O Federal Reserve (Fed, o BC dos EUA) elevou os juros em 0,5 ponto percentual na quarta-feira (14). Com isso, a faixa das taxas dos Fed funds ficou entre 4,25% e 4,5% ao ano. O reajuste interrompe o ciclo de quatro altas consecutivas de 0,75%. Ainda assim, esse foi o sétimo avanço seguido dos juros pelo Fed. As duas primeiras foram mais sutis, uma de 0,25% e outra de 0,5%. A proposta do BC americano é de apertar a política monetária para controlar a inflação para um patamar de 2% ao ano. Atualmente, a alta média dos preços é 7,1% em 12 meses. "Para determinar o ritmo de aumentos futuros, o Comitê levará em conta como a política monetária afeta a atividade econômica e a inflação", disse o Fed. O movimento feito pelo BC americano ficou em linha com a expectativa do mercado. Para o analista chefe e sócio da Harami Research Fábio Sobreira, a diminuição do ritmo de alta veio após a inflação de novembro subir apenas 0,1%. Todavia, ele ainda espera um reajuste de 0,5% na próxima reunião. "Esse pode ser um remédio amargo, mas ainda necessário", afirmou.



Fonte: Federal Reserve

ATIVIDADE CAI 0,05% EM OUTUBRO

A atividade econômica medida pelo IBC-Br recuou 0,05% e fechou outubro a 144,50 pontos, mostraram dados divulgados pelo Banco Central do Brasil na quarta-feira (14). A cifra ficou abaixo da expectativa do mercado, que era de alta de 0,30%. No comparativo com o mesmo mês de 2021, o IBC-Br avançou 3,68%. No acumulado do ano, o indicador subiu 3,41% e nos últimos 12 meses até outubro avançou 3,13%. Segundo o economista-chefe da EQI Asset, Stephan Kautz, os números sugerem uma estabilidade na economia brasileira, visto que o melhor momento da atividade local ficou no passado. "Vemos esses indícios quando olhamos para outros indicadores, como o do mercado de trabalho, que já dá sinais de pico", disse.

LOCALIZA EM ESTRADA



EMPRESA PLANEJA ANO COM GRANDES NOVIDADES, MAS ALTA DO ENDIVIDAMENTO PARA ATINGIR METAS PREOCUPA ANALISTAS

Bruno ANDRADE

Investir na ação da Localiza não foi dos melhores negócios em 2022. O ativo caiu 1,73% no acumulado do ano até a última segunda-feira (12) — o Ibovespa oscilou negativamente 0,17% no mesmo período. Mas o papel está longe de figurar entre as piores perdas do ano (*veja quadro ao lado*). Um dos motivos para esse desempenho em 2022 é a taxa básica de juros em 13,75% ao ano. Com a Selic nas alturas, o mercado de renda variável (ações) fica abandonado pelos investidores, que preferem não tomar tanto risco e também lucrar em aplicações mais seguras de renda fixa.

Para 2023, no entanto, os analistas estão otimistas com a Localiza, principalmente após a fusão da empresa com a Unidas. A companhia projetou a investidores que espera uma captação de 50% das sinergias já no próximo ano.

Segundo o analista de transportes e cohead de Equity Research da XP Investimentos, Pedro Bruno, existem pontos que podem ser listados para o próximo ano. O primeiro é a eficiência no custo, que pode fazer a empresa funcionar com níveis de margens mais eficientes. Em segundo lugar, há uma melhora na gestão de seminovos, com uma maior e melhor venda desses ativos. "Os custos financeiros podem ser equalizados e a empresa pode fazer uma amortização do ágio", afirmou.





> **"As promessas de depreciação e alavancagem mais altas devem comprimir as últimas linhas do resultado financeiro da Localiza"**
>
> **YGOR ARAÚJO,** ANALISTA DA GENIAL INVESTIMENTOS

PERDAS DO ANO

*Variação das quedas em %**

IRB (IRBR3)	82,59
Americanas (AMER3)	72,79
Qualicorp (QUAL3)	69,45
CVC (CVCB3)	68,33
BRF (BRFS3)	68,21
Méliuz (CASH3)	64,81
Marfrig (MRFG3)	64,15
Alupar (ALUP4)	63,18
Petz (PETZ3)	62,63
Magazine Luiza (MGLU3)	61,22
Via (VIIA3)	61,14

(*) Até 13/12/2022

Fonte: TradeMap

Para o analista da Empiricus Fernando Ferrer, mesmo que a integração entre as duas empresas tenha ocorrido há pouco tempo, já é possível ver aspectos positivos na junção no terceiro trimestre. "A Localiza era mais focada em aluguel e a Unidas, em gestão de frotas. Quando esses dois aspectos se englobam em uma única empresa, é possível ter maior previsibilidade na receita, visto que gestão de frota é bem mais previsível em relação ao aluguel de carro", disse.

Nem todo o processo de fusão foi perfeito. De acordo com o analista da Ativa Investimentos Pedro Serra, algumas exigências do Cade para aprovar a transação não foram tão interessantes para a Localiza. "A necessidade de se desfazer da marca Unidas em um intervalo curto de tempo é vista como um ponto negativo da fusão", afirmou.

PÉ NO ACELERADOR Enquanto todo o mercado espera que a economia e os investimentos desacelerem com os juros altos, a Localiza vai no caminho contrário nessa estrada dos investimentos e coloca o pé no acelerador. No último Localiza Day, realizado no dia 8 de dezembro, a empresa lançou produtos. O que mais chamou a atenção foi o Localiza+, que vai oferecer soluções para donos de oficinas e potenciais clientes, fazendo uma ponte entre ambos. Segundo Serra, da Ativa, essa inovação pode ser positiva para a empresa. "Nessa nova proposta, vemos a companhia com um diferencial competitivo para solucionar a dor dos clientes em um mercado competitivo", disse. Para Ferrer, da Empiricus, essa novidade também pode trazer garantias de faturamento.

A companhia vai enfrentar um 2023 desafiador, principalmente após anunciar o aumento do endividamento, que hoje é de 2,8 vezes dívida líquida/Ebitda para três vezes no início do ano. De acordo com Pedro Bruno, da XP, o crescimento da alavancagem (endividamento) preocupa, mas as expectativas de retorno sobre os ganhos da companhia são altas. Já para o analista da Genial Ygor Araújo, a Localiza vai encontrar vários buracos na estrada em 2023. O primeiro deles é a aceleração do nível de renovação de frota. "Isso naturalmente compromete a geração de caixa", disse. Dos quatro analistas consultados, Araújo é o mais cético com a empresa. "As promessas de depreciação e alavancagem mais altas devem comprimir as últimas linhas do resultado financeiro da Localiza", afirmou. **S**

Dinheiroemação

POR BRUNO ANDRADE

PAPÉIS AVULSOS

IRB REVISA POLÍTICA DE INVESTIMENTOS

O IRB informou na sexta-feira (9) que aprovou a proposta para revisar sua política de investimentos. A ideia é cumprir as obrigações com a resolução do Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP). O intuito também é incluir investimentos que representem a adesão de melhores práticas de governança. Os coordenadores do comitê de riscos e solvência e do comitê de investimentos afirmaram que essa revisão da política de investimentos foi apresentada de forma prévia e, após a avaliação, eles recomendaram a aprovação da proposta. Um dia antes do anúncio, o presidente do IRB, Marcos Falcão, afirmou que a companhia não fará outro aumento de capital (follow-on). A perspectiva da empresa é de uma melhora na gestão e nos resultados operacionais para que a resseguradora volte a ter as finanças no azul em 2023. "O passado não deve se repetir e provavelmente não vamos precisar de um novo aumento de capital", disse.



FINANCEIRO

BTG DISTRIBUI R$ 750 MI AOS ACIONISTAS

O BTG Pactual informou na terça-feira (13) que vai pagar R$ 750 milhões em juros sobre o capital próprio (JCP) aos seus acionistas. O valor bruto será de R$ 0,065353099 por ação preferencial (PN) ou ordinária (ON), e de R$ 0,196059297 por unit (BPAC11). A quantia terá recolhimento de 15% do Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF). Para ter direito ao valor, o investidor deve estar com posição comprada em 16 de dezembro. As ações devem ser negociadas sem esses proventos em 19 de dezembro. O pagamento ocorrerá no dia 15 de fevereiro de 2023.

SEGUROS

PORTO DIVULGA EXPECTATIVAS DE RECEITAS

A empresa de seguros Porto divulgou na segunda-feira (12) suas expectativas de receitas de cada setor em que atua para o ano de 2025. De acordo com o documento, a maior parte do faturamento da empresa continuará vindo do setor de seguros. A estimativa é que o segmento tenha uma participação entre 55% e 65% das receitas. O setor de saúde deve ficar entre 10% e 20%. Os negócios financeiros devem ficar entre 10% e 20%. Já a área de serviços tende a ocupar entre 7,5% e 12,5%.

AVIAÇÃO

EMBRAER ADIA PROJETO DE AVIÃO TURBOÉLICE

A Embraer informou na terça-feira (13) que adiou a fabricação de um avião turboélice que seria lançado em 2023. Um dos motivos para o adiamento é a dificuldade com fornecedores para viabilizar a produção da aeronave. A Embraer iria divulgar o fornecedor do motor neste quarto trimestre e conversava com as fabricantes Pratt & Whitney e Rolls-Royce sobre o assunto. "A Embraer trabalhará em colaboração com [outros] fornecedores para garantir o que programa exige", afirmou a empresa.

FINANCEIRO

BB INVESTE R$ 10,5 MILHÕES NA FINTECH PAGALEVE

O Banco do Brasil informou na terça-feira (13) que investiu R$ 10,5 milhões na Pagaleve, fintech especializada em checkout digital para o varejo. O aporte foi realizado em uma rodada liderada pela Salesforce Ventures. Segundo o presidente do Banco do Brasil, Fausto Ribeiro, o investimento na Pagaleve representa um marco importante para o programa de Corporate Venture. "O BB acredita que as soluções da Pagaleve trazem importantes inovações em meios de pagamento para pessoas físicas", disse.

DESEMPENHO DAS EMPRESAS POR SETOR DE ATIVIDADE

MELHOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Saneamento	-4,79	26,73
Seguros e Previdência	-1,39	22,33
Mineração	4,34	7,76
Agronegócio	-7,40	7,48
Serviço Financeiro	-9,04	6,81

PIOR DESEMPENHO	% 30 DIAS	% 12 MESES
Açúcar e Álcool	-10,51	-28,85
Construção	-24,73	-29,69
Serviço Especializado	-14,68	-34,24
Químico	-13,34	-35,08
Educação	-21,24	-44,23

Fonte: Austin Rating de 12/dez/2022

 FOTOS: DIVULGAÇÃO



DESTAQUE (NEGATIVO) DO PREGÃO

MERCADO CORTA PAPEL DA **SUZANO**

As ações da Suzano recuaram 6,43% na terça-feira (13). O motivo para a queda foi o anúncio do corte do preço da celulose na China. Na quarta-feira (14), o papel mostrou reação e subiu 2,22% no fechamento do pregão. Em relatório do Itaú BBA, o analista Daniel Sasson e sua equipe citaram que houve um corte de US$ 40 no preço da celulose. Os especialistas do Itaú afirmaram que a redução foi negativa para a empresa, mas dentro do esperado. "Os preços da celulose têm se mantido estáveis desde julho e o mercado já esperava um correção que começaria entre o fim deste ano e o início de 2023", afirmaram. A informação sobre o corte de preço foi confirmada pela Suzano. Todavia, mesmo com a notícia, o Itaú BBA manteve a classificação para a ação da Suzano em "outperform", ou seja, com um potencial de desempenho acima da média do mercado.

AS 10 MAIS NEGOCIADAS DO IBOVESPA

Ação	Cotação (R$)	*% mês	% ano	% 12 M	% Índice
Vale ON	86,16	0,9	21,1	21,3	20,412
Itaú Unibanco PN	23,19	-9,0	15,2	11,9	5,799
Petrobras PN	23,32	-12,5	40,1	35,3	5,548
Petrobras ON	26,93	-11,4	43,0	39,5	3,766
Bradesco PN	13,72	-11,8	-19,7	-21,3	3,685
B3 ON	11,39	-10,5	5,8	-1,7	3,502
AmBev ON	15,28	-4,0	-0,9	-0,8	3,492
Eletrobras ON	41,94	-11,7	27,9	18,7	3,163
Weg ON	35,79	-8,2	10,3	2,3	2,762
Brasil ON	31,86	-8,8	23,8	11,4	2,358

Fonte: Economática *13/12/2022

BOLSAS NO MUNDO

12/12/2022			COTAÇÃO (MOEDA LOCAL)			VARIAÇÃO (US$)	
Mercado	Índice	Pontos	% mês	% ano	% 12 m.	% mês	% ano
Brasil	Ibovespa	105.343	-6,35%	0,50%	-1,90%	-6,13%	-4,44%
Brasil	IBrX 100	44.696	-6,50%	-0,12%	-2,41%	-6,28%	-5,02%
EUA	Dow Jones	34.005	-1,68%	-6,42%	-4,62%	-1,68%	-6,42%
EUA	Nasdaq	11.144	-2,83%	-28,77%	-27,70%	-2,83%	-28,77%
Japão	Nikkei 225	27.842	-0,45%	-3,30%	-2,79%	-1,97%	15,40%
China	Shanghai	3.179	0,88%	-12,66%	-13,64%	-0,82%	-4,07%
Alemanha	DAX 30	14.307	-0,63%	-9,94%	-8,42%	1,53%	-16,32%
França	CAC 40	6.651	-1,31%	-7,02%	-4,21%	0,84%	-13,62%
Reino Unido	FTSE 100	7.446	-1,68%	0,83%	2,97%	1,15%	-8,36%

Fonte: Austin Rating

RENTABILIDADE DOS TÍTULOS PÚBLICOS (%)

*21/nov/22 (inclui JS = Juros Semestrais)

TÍTULO	VENC.	INDEXADOR	Últim. 30 dias	ano *	12 MESES
Tesouro Selic 23	01/03/2023	Selic	0,97%	11,11%	11,96%
Tesouro Prefixado 23	01/01/2023	Prefixado	0,95%	10,44%	11,88%
Tesouro IPCA+ 24	15/08/2024	IPCA	-0,67%	7,26%	8,56%
Tesouro IGPM+ 31	01/01/2031	IGP-M	-3,54%	3,35%	4,43%
Tesouro Prefixado 23	01/01/2023	Prefixado	0,95%	10,35%	11,85%

MAIORES ALTAS DA SEMANA*

Ação	Setor	%
EMAE	Energia Elétrica	20,33
BIC MONARK	Varejo	16,24
IMC S/A	Varejo	9,78
ELEKTRO	Energia Elétrica	9,66
BIOMM	Saúde	8,18

MAIORES BAIXAS DA SEMANA*

Ação	Setor	%
WIZ S.A.	Seguros e Previdência	-16,77
BRISANET	Telecom	-17,88
3TENTOS	Agronegócio	-19,37
INFRACOMM	Serviços	-20,96
BAHEMA	Educação	-24,57

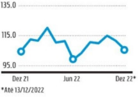
Fonte: Austin Rating *12/12 a 05/12

TERMÔMETRO DO MERCADO

O IBOVESPA EM UM ANO *	PONTOS
Ibovespa	103.540
Mínima	95.267
Máxima	121.628

Fonte: Economatica *13/12/2022

IBOVESPA em milhares de pontos



*Até 13/12/2022

EM ALTA

69% Foi a disparada do volume em certificados de recebíveis do agronegócio (CRAs) e imobiliários (CRIs), para R$ 79,9 bilhões de janeiro a novembro de 2022, em comparação com igual período de 2021, segundo dados divulgados pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima) na segunda-feira (12). Em 11 meses do ano, os CRAs têm R$ 38,7 bilhões em ofertas encerradas. Em novembro, o volume foi R$ 1,2 bilhão em recebiveis do agronegócio e R$ 4,5 bilhões em CRIs.

EM BAIXA

10,6% Foi a queda no volume financeiro total em ofertas no mercado de capitais no período de janeiro a novembro de 2022, ante igual período de 2021, segundo a Anbima. O resultado acumulado no corrente ano chega a R$ 466,5 bilhões, sendo R$ 234,9 bilhões em títulos de dívida corporativa (debêntures). Em novembro, as emissões somaram R$ 21,5 bilhões, com destaque para um volume de R$ 8,6 bilhões em debêntures. Na renda variável, a Anbima não registrou ofertas de ações.

INDICADORES ECONÔMICOS

PIB CRESCIMENTO (FONTE: BANCO CENTRAL)	3º TRI/22	2º TRI/22	1º TRI/22	4º TRI/21	2021
PIB (DESSAZ.)	0,4%	1,0%	1,3%	0,9%	5,0%
PIB EM US$ BILHÕES *	1.837,3	1.783,7	1.698,9	1.648,8	1.648,8
ATIVIDADE **	**OUT/22**	**SET/22**	**AGO/22**	**JUL/22**	**NO ANO**
PRODUÇÃO INDUSTRIAL (IBGE)	0,3%	-0,7%	-0,6%	0,5%	-0,8%
VOLUME DE VENDAS NO VAREJO RESTRITO (IBGE)	2,7%	3,2%	1,6%	-5,3%	1,0%
TAXA DE DESEMPREGO - PNAD CONTÍNUA (IBGE)	8,3%	8,7%	8,9%	9,1%	9,8%
UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA (CNI) - DESSAZ.	80,4%	80,4%	80,4%	80,5%	80,7%
INADIMPLÊNCIA ***	**OUT/22**	**SET/22**	**AGO/22**	**JUL/22**	**MÉDIA EM 2022**
PESSOA FÍSICA ATÉ 90 DIAS	4,4%	4,3%	4,4%	4,3%	4,3%
PESSOA F. ACIMA DE 90 DIAS	5,9%	5,8%	5,6%	5,5%	5,3%
PESSOA JURÍDICA ATÉ 90 DIAS	1,8%	1,7%	1,8%	1,8%	1,7%
PESSOA J. ACIMA DE 90 DIAS	2,0%	1,9%	1,8%	1,8%	1,7%
CONTAS PÚBLICAS (% PIB)* (A)	**OUT/22 A NOV/21**	**SET/22 A OUT/21**	**AGO/22 A SET/21**	**JUL/22 A AGO/21**	**JUN/22 A JUL/21**
RESULTADO NOMINAL	4,21%	4,36%	4,20%	3,86%	4,26%
RESULTADO PRIMÁRIO	-1,82%	-1,93%	-1,97%	-2,50%	-2,19%
	OUT/22	**SET/22**	**AGO/22**	**2021**	**2020**
DÍVIDA BRUTA DO GOVERNO GERAL	76,80%	77,09%	77,44%	80,27%	88,59%
DÍVIDA BRUTA INTERNA	67,53%	67,70%	68,31%	69,12%	77,58%
DÍVIDA BRUTA EXTERNA	9,27%	9,40%	9,13%	11,15%	11,01%
CONTAS EXTERNAS (US$ MILHÕES)	**NOV/22**	**OUT/22**	**SET/22**	**AGO/22**	**NO ANO**
INVESTIMENTO DIRETO ESTRANGEIRO	-	5.541	9.185	8.850	73.954
EXPORTAÇÕES	28.164	26.938	28.620	30.770	308.362
IMPORTAÇÕES	21.493	23.441	24.932	26.668	250.831
SALDO COMERCIAL	6.672	3.497	3.688	4.102	559.194
SALDO EM TRANSAÇÕES CORRENTES	-	-4.625	-7.120	-6.413	-44.039
RESERVAS INTERNACIONAIS LÍQUIDAS	-	325.546	327.580	339.664	325.546
DÍVIDA EXTERNA TOTAL	-	319.601	318.899	322.947	319.601

** Acumulado nos últimos 12 meses; ** Em relação ao mesmo período do ano anterior, exceto utilização de capacidade instalada e taxa de desemprego; *** Em proporção do volume de crédito concedido. - Recursos Livres (a) Superávit = (-) e Déficit = (+), conforme notas econômicas do BACEN*

JUROS FUTUROS 12/12/2022

% ao ano

13,90 · 13,80 · 13,70 · 13,60

Jan/23 · Mar/23 · Mai/23 · Jul/23

PMS (IBGE)

Var. % mensal dessazonalizada

2,00 · 0,50 · -1,00

Ago/22 · Set/22 · Out/22

RISCO-PAÍS

EMBI + BR (fim de mês)

400.0 · 350.0 · 300.0 · 250.0

dez/21 · jan/22 · fev/22 · mar/22 · abr/22 · mai/22 · jun/22 · jul/22 · ago/22 · set/22 · out/22 · nov/22 · 8/dez/22

EUA INFLAÇÃO CONSUM. (CPI) (BLS)

Var. % acumulada em 12 meses

9,00 · 8,00 · 7,00

Set/22 · Out/22 · Nov/22

PRINCIPAIS ÍNDICES

INFLAÇÃO	NOV/22	OUT/22	SET/22	NO ANO	12 MESES
IPC - FIPE	0,47%	0,45%	0,12%	6,75%	7,36%
IGP-M (FGV)	-0,56%	-0,97%	-0,95%	4,98%	5,90%
IGP-DI (FGV)	-0,18%	-0,62%	-1,22%	4,71%	6,02%
IPCA (IBGE)	0,41%	0,59%	-0,29%	5,13%	5,90%
IPCA - NÚCLEO MM SUAVIZADO	0,38%	0,46%	0,39%	8,82%	9,79%
JUROS/APLICAÇÃO	**NOV/22**	**OUT/22**	**SET/22**	**NO ANO**	**12 MESES**
CDI	1,02%	1,02%	1,07%	11,14%	12,03%
TLP	0,46%	0,47%	0,47%	5,02%	5,44%
POUPANÇA	0,65%	0,65%	0,68%	7,14%	7,67%
TJLP	0,58%	0,58%	0,57%	6,16%	6,62%
CDB/RDB - TAXA PREFIXADA MÉDIA	0,97%	0,92%	0,95%	10,70%	11,60%

CÂMBIO/PETRÓLEO	12/12/2022	NO MÊS	NO ANO	12 MESES
REAIS/US$ (COMERCIAL VENDA)	5,307	0,24%	-4,91%	-5,84%
US$/EURO	1,052	2,17%	-7,09%	-6,67%
IENE/US$	137,41	-1,53%	19,33%	20,98%
PETRÓLEO À VISTA BRENT (US$/BARRIL)	77,99	-8,71%	0,27%	4,84%
MERCADOS FUTUROS 05/12/2022	**JAN/23**	**MAR/23**	**MAI/23**	**JUL/23**
CÂMBIO (R$/US$)	5,342	5,399	5,458	5,528
	JAN/23	**MAR/23**	**MAI/23**	**JUL/23**
DI DE 1 DIA (% A.A.)	13,66	13,70	13,81	13,88
	DEZ/22	**FEV/23**	**ABR/23**	**JUN/23**
IBOVESPA (PONTOS)	105.249	107.396	109.218	111.373
	DEZ/22	**MAR/23**	**MAI/23**	**JUL/23**
CAFÉ ARÁBICA (60KG - ICF)	215,20	212,10	207,20	206,45

PALAVRA DO GESTOR

IDALÍCIO SILVA E MARIA TEREZA VENDRAMINI, DA AZ QUEST

Quais são os seus fundos e no que eles investem?
Atualmente, temos o Fiagro Az Quest Sole, voltado para crédito privado com a proposta de financiar o crescimento das empresas. A estratégia é o aumento da produtividade com foco no crescimento da geração de caixa dessas empresas do agronegócio. O fundo, no entanto, não é focado somente nas empresas do setor, também trabalhamos com o incentivo ao aumento da produção de agricultores. As companhias que o fundo disponibiliza crédito são de vários setores, como vinhos, frutas, supermercados, da cadeia de fertilizantes, sementes, orgânicos etc. A nossa meta de remuneração fica entre CDI + 3% e CDI + 5% ao ano.

Qual o percentual que os Fiagros devem ocupar na carteira?
O Fiagro pode ser visto como um instrumento de investimento alternativo, ou até mesmo de renda fixa, já que ele é um investimento em produtos incentivados. No mundo, os investimentos em agro fazem parte de 5% a 7% da carteira dos gestores. Porém, esse investimento ainda não terá um grande volume negociável disponível no mercado, mas o investidor deve ter aí cerca de 3% e 5%. Essa faixa seria um bom percentual de alocação.

QUEM SÃO E O QUE FAZEM...

Idalício Silva e Maria Tereza Vendramini, gestores e analistas da estratégia de agro da Az Quest

Maria Tereza Vendramini trabalhou na Sociedade Rural Brasileira e na Secretaria de Agricultura e Abastecimento de SP

Idalício Silva atua há dez anos com estruturação de produtos do agronegócio e fez parte da equipe de Salim Mattar no Ministério da Economia no início do governo Bolsonaro

Como o investidor pode encontrar Fiagros ESG?
Os investimentos que seguem critérios ESG devem ser olhados como uma forma de alocação. No agronegócio, existem formas de se aplicar em negócios com foco ambiental, como em produtores de biodiesel. Há também outras possibilidades, como em créditos de carbono. Fundos que investem em empresas que trabalham como esses dois temas ou outros semelhantes fazem parte do mundo ESG. No geral, os Fiagros possuem flexibilidade. Talvez hoje o mercado ainda não tenha maturidade de soltar um produto exclusivamente ESG. Mas o investidor consegue encontrar essas teses dentro dos fundos.

Como o investidor deve encontrar um bom Fiagro?
Acreditamos que qualquer produto que tenha uma grande diversificação em vários setores é mais interessante que fundos com investimentos muito concentrados. O setor agro tem apontado crescimento para o próximo ano, embora ele possa enfrentar alguns problemas, como uma seca no Centro-Oeste, que pode atrapalhar sutilmente a produção de soja. Por isso, vemos que o investidor deve optar por Fiagros que possuam uma diversificação regional.

NOTAS

PARAMIS E FISALIS SELAM PARCERIA PARA FIAGRO

A gestora Paramis Capital fechou uma parceria com a Fisalis para lançar um Fiagro FIP que comprará fazendas degradadas para recuperá-las e torná-las produtivas em um prazo de dez anos, informou a companhia na terça-feira (13). O fundo será fechado, e a expectativa é captar cerca de R$ 500 milhões. Para o sócio da Paramis Capital Danilo Ribeiro, esse é só o primeiro passo da parceria. “Começaremos com esse produto, mas o objetivo é trabalharmos em uma parceria duradora”, disse.

CRYPTO 357 CAPTA 100 MIL SEGUIDORES EM 15 DIAS

O projeto Crypto 357 captou 100 mil seguidores nas redes sociais em apenas 15 dias, informou a empresa na segunda-feira (12). Segundo as idealizadoras do projeto, Verí Moreira e Tuanny Blumer, a proposta é trazer mais mulheres com conteúdo de educação financeira. De acordo com elas, o mercado de investimentos em ações era extremamente masculino até dez anos atrás. Hoje, quase 25% dos participantes são mulheres. “Em menos de 15 dias, já há duas exchanges oferecendo apoio”, afirmou Blumer.

SUNO ASSET TERÁ FII DE ENERGIA SOLAR

A Suno Asset abriu a captação do fundo de investimento imobiliário (FII) Suno Energias Limpas. O objetivo é captar R$ 500 milhões na oferta pública (CVM 400) para investidores comuns, segundo a gestora. O montante será usado para investir em projetos de energia solar (projetos fotovoltaicos) ao longo do ano de 2023. As cotas do fundo serão negociadas abertamente na Bolsa (B3) até 2024, ano em que os investidores começarão a receber os primeiros rendimentos do fundo.

POR CELSO MASSON*

A SIMBOLOGIA DA PRIMEIRA MINISTRA ANUNCIADA POR LULA

Mesmo sem experiência na gestão pública, a cantora Margareth Menezes tem o perfil certo para estar no primeiro escalão do governo que irá recriar o Ministério da Cultura

Ela tem 60 anos, é baiana e encarna boa parte daquilo que Bolsonaro e seu séquito de fanáticos demonstram ter aversão. É mulher, negra, artista e engajada em movimentos sociais. Será ministra da Cultura, seguindo uma tradição iniciada no primeiro mandato de Lula, que convidou para o ministério o cantor e compositor Gilberto Gil, que deixou um legado extraordinário com a criação dos Pontos de Cultura. A um custo baixíssimo, a iniciativa gerou emprego e renda, levando espetáculos, bibliotecas e centros culturais responsáveis por fomentar a economia criativa e estimular a formação de público para as artes em todo o Brasil.

É bem verdade que Gil encontrou a casa arrumada. Seu antecessor na pasta foi o intelectual Francisco Weffort (1937-2021), professor e doutor em Ciência Política pela Universidade de São Paulo. Margareth Menezes assumirá um ministério que deixou de existir em janeiro de 2019 e, como secretaria, teve como gestores Regina Duarte e Mario Frias, eleito deputado federal por São Paulo pelo PL este ano. A gestão de ambos foi marcada por ataques à classe artística e à Lei Rouanet, o que disseminou entre bolsonaristas a crença de que a lei federal de incentivo à cultura é apenas mamata para vagabundos — algo tão absurdo quanto acreditar que a Terra é plana.

Se alguém pretender criticar a escolha de Lula argumentando que a cantora baiana não tem experiência como gestora ou em cargos de comando na administração pública, aqui vão algumas de suas credenciais. Margareth Menezes trocou os holofotes de sua carreira de projeção internacional pela dedicação a projetos sociais. Em 1990, a revista Rolling Stone premiou o disco Ellegibô como um dos cinco melhores álbuns de World Music do ano. A fama cresceu quando cantora excursionou pelo mundo em turnê com o cantor e compositor norte-americano David Byrne, ex-líder da banda Talking Heads. Na década seguinte, o que para muitos pode ter soado como um período de decadência artística foi na verdade pródigo em iniciativas ligadas ao empoderamento de jovens por meio da arte, da educação e da cultura. Fundadora da ONG Fábrica Cultural. Entre os programas mantidos pela entidade estão o Iaô Aprendiz em Cena, um curso técnico de qualificação na área teatral, e o Mercado Iaô, centro de arte, educação e negócios criativos que tem como foco a profissionalização do artesanato baiano. É também de Margareth Menezes a iniciativa Afropop Brasileiro, título do sexto álbum da cantora e que se transformou em um movimento voltado para reverberar a potência da cultura afro-urbana brasileira e suas conexões modernas. Um de seus frutos é o Festival AfroPop.

Sobre as razões para se dedicar a esse movimento, Margareth fez o seguinte comentário, em 2021: “Precisamos pensar o Brasil com mais pertencimento, mais propriedade. A cultura que não se renova fica estática no tempo, endurece e envelhece dentro da sua rotunda. Vivemos tempos de constante modernização e nós, afro-brasileiros, temos o direito e o dever de nos posicionarmos”. Uma afirmação assim denota o compromisso em fazer sua parte para transformar a sociedade. Algo necessário para superar a cultura do ódio e a sensação de impunidade que permite ataques como o de bolsonaristas que xingaram Gilberto Gil em um jogo do Brasil na Copa do Catar.

Ter experiência apenas como articuladora de movimentos culturais e sociais pode não ser suficiente para tornar uma artista capaz de fazer um bom mandato à frente de um ministério. Mas há um fator simbólico na escolha de Margareth para a cultura que transcende até o fato de ela ser negra, mulher, nordestina e artista. Ela foi reconhecida pela MIPAD (Most Influential People of African Descent), instituição chancelada pela ONU, como uma das 100 personalidades negras mais influentes do mundo em 2021. A lista incluiu nomes consagrados na música cono Beyoncé e Jay-Z. Esse reconhecimento dá à futura ministra uma espécie de autoridade para restaurar a imagem internacional do Brasil no campo da cultura. E isso pouca gente pode fazer após o pesadelo dos últimos quatro anos. Muito axé, ministra Margareth Menezes!

Celso Masson é diretor de núcleo da DINHEIRO

Hospital Vera Cruz
Belo Horizonte/MG

ANS - nº 35.901-7

ANS - nº 36.825-3



Mais saúde de qualidade, mais perto de você.

Experimente o Nosso Plano Integrado*, a solução que só duas gigantes unidas, Hapvida e NotreDame Intermédica, podem oferecer. A sua empresa vai se beneficiar de um produto com excelente custo-benefício, cobertura com programas de medicina preventiva, odontologia e atendimento na maior rede própria do país, nas 5 regiões brasileiras.

Conheça nossos planos de saúde e odontológicos: Acesse **gndiminas.com.br** ou ligue **(31) 4090-2210.**





*Plano exclusivo empresarial para coberturas a partir de 100 vidas.
Responsável técnico: Dr. Francisco Floriano Delgado Perdigão - CRM/CE 4.953
Responsável técnico: Dr. Rodolfo Pires de Albuquerque - CRM: 40.137